

A FORMATAÇÃO DE CONTEÚDOS NOTICIOSOS PARA AS PLATAFORMAS BROADCAST E ONLINE

Sofia Almeida Rocha de Botton Lamas

**Trabalho de Projecto de Mestrado
em Novos Media e Práticas Web**

Março, 2013

Trabalho de Projecto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web realizado sob a
orientação científica de Professor Doutor Francisco Rui Cádima.

À minha família, Matilde e António

AGRADECIMENTOS

Começo por agradecer ao meu marido António, por todo o apoio dado durante o Mestrado, especialmente, durante a redacção do trabalho de projecto, na qual me transmitiu tanta força e foi o meu porto seguro. À minha mãe, um exemplo de coragem e determinação que me ensinou que os desafios são para encarar de frente e nunca desistir. Ao meu padraсто Zé Luís pela ajuda, incentivo e carinho e ao meu cunhado Luís.

Ao Filipe Terruta por me ter deixado suspender a minha actividade profissional, para poder estudar e alargar os meus horizontes.

Também queria agradecer ao meu orientador, Professor Francisco Rui Cádima pela motivação, ajuda e compreensão.

E ainda agradecer à Judite França pela amizade, a generosidade da sua ajuda e por ter sido incansável em todo o apoio que me deu ao longo do projecto, sempre disponível, para as minhas questões e desabafos. Ao Luís Sobral, pela ajuda e liberdade para acompanhar a equipa online. Ao Paulo Soares e Sílvia Carvalho, por terem facultado tão prontamente os dados de que necessitava para o desenvolvimento do trabalho de projecto.

Agradecer ao António Prata, Filipe Caetano, João Maia Abreu, Pedro Pinto, à equipa online e todos os colegas da redacção que me dedicaram o seu tempo na resposta às minhas perguntas e dúvidas.

Por fim queria agradecer aos meus colegas do grafismo pela amizade, dedicação e força para seguir em frente.

RESUMO

A FORMATAÇÃO DE CONTEÚDOS NOTICIOSOS

PARA AS PLATAFORMAS BROADCAST E ONLINE

Sofia Almeida Rocha de Botton Lamas

PALAVRAS-CHAVE: Televisão, Internet, TVI24, convergência, media digitais, redacção online, redacção broadcast,

Pretende-se com o presente trabalho proceder à análise da formatação de conteúdos noticiosos para as plataformas *broadcast* e digitais – site, aplicações para dispositivos móveis e rede social *Facebook* - sendo o objecto de estudo o canal de notícias TVI24. Para tal, é necessário o entendimento das funções e procedimentos (nomeadamente em notícias de última hora) inerentes a uma redacção que foi recentemente alvo de um processo de convergência, à semelhança dos grandes canais europeus.

Será situado o papel da televisão (no contexto dos Estados Unidos) como emissora de notícias e qual a sua evolução desde o cenário de *low choice environment* até à situação actual, caracterizada pelo advento dos media digitais, bem como definir as novas tendências no consumo de informação. A escolha do cenário americano reside no facto de ser um país com uma forte tradição televisiva, sendo uma referência a nível global.

Nas últimas décadas, o panorama dos meios de comunicação sofreu grandes transformações: a evolução tecnológica traduziu-se na proliferação de novas plataformas digitais de difusão de conteúdos. Assim, as notícias e informação ganharam novos meios de expressão e acesso por parte dos consumidores, que paulatinamente abandonaram o papel de receptores passivos. Desta forma, as estações de televisão procuram expandir a divulgação de conteúdos nas plataformas digitais, sendo o canal TVI24 pioneiro a nível nacional a entrar no mercado das aplicações móveis.

ABSTRACT

CONVERTING NEWS CONTENTS FOR BROADCASTING AND ONLINE PLATFORMS

Sofia Almeida Rocha de Botton Lamas

KEYWORDS: Television, Internet, TVI24, convergence, digital media, online newsroom, newsroom broadcast.

This work aims to analyse the format of news contents used in digital and broadcast platforms –sites, applications for mobile devices and the social media network Facebook- the subject of the study being the news channel TVI24. In order to do this, it is necessary to understand the inherent roles and procedures of a news room (namely those seen in “breaking news”) which have recently been the target of a convergence process similar to that seen in other big European TV channels.

It is essential to identify and place the role news broadcasting role of television in the United States, as well as its general development from a *low choice environment* to the current situation which characterised by the advent of digital media platforms driven by new tendencies in consumer preferences with regards to information. The choice of the American example resides in the fact that this country has strong television traditions which make it a global reference in the sector.

During the last few decades, the panorama of communication has suffered significant changes: the technological developments have lead to a proliferation of new digital platforms used in news broadcasting. For this reason, the news and information sectors have gained new communication channels and ways of accessing consumers. In turn, the latter have gradually abandoned their usual passive role in the process. To accompany this new era, television channels have looked to expand the contents in digital platforms. In the Portuguese scenario, TVI24 has been a pioneer in the area of mobile device applications.

ÍNDICE

Introdução.....	1
1 Consumo de informação: A posição e importância da televisão no acesso às notícias perante o advento dos media digitais.....	12
1.1 O Contexto americano: O lugar da informação na televisão dos Estados Unidos	13
1.2 Acesso a notícias: A posição e importância da televisão como emissora de notícias perante o advento dos <i>media</i> digitais	20
2 Case Study: o canal de notícias TVI24	25
2.1 TVI: contextualização histórica do canal generalista	25
2.2 TVI24: Breve história e posicionamento actual do canal no Mercado da televisão por cabo português.	29
3 TVI24: Informação <i>broadcast</i> e online: A evolução do contexto de redacções independentes para a convergência de meios e informação	32
3.1 Informação online: do portal de notícias IOL ao site TVI24.....	32
3.2 Reestruturação do canal e convergência da redacção online e <i>broadcast</i>	34
3.2.1 Estrutura e funções da equipa Breaking News	38
3.2.2 Coordenação <i>Breaking News</i> : procedimentos diários.....	40
3.2.3 A notícia de última hora na televisão.....	41
3.2.4 A notícia de última hora online	42

4 A Relação entre conteúdos programáticos e plataformas de distribuição:	
A informação TVI24 nas plataformas <i>broadcast</i> , online e <i>Facebook</i>	43
4.1 Informação <i>broadcast</i> TVI24: Análise de noticiários	44
4.1.1 Notícias24 (19 horas).....	44
4.1.2 25ªHora.....	46
4.1.3 Elementos gráficos (infografia) de apoio às notícias	49
4.2 Informação online: site, <i>app</i> e rede social <i>Facebook</i>	53
4.2.1 O site tvi24.pt	53
4.2.2 A aplicação (App) para <i>iPad</i>	60
4.2.3 Redes sociais: A página do canal TVI24 no <i>Facebook</i>	65
4.2.4 A notícia <i>online</i>	66
4.2.4.1 Edição e <i>upload</i> da notícia <i>online</i> (<i>backoffice</i>).....	70
4.3 O percurso da notícia TVI24 nas multi-plataformas de comunicação	72
Conclusão	81
Bibliografia	85
Lista de Figuras	91
Anexos	93
Anexo 1: Elementos Gráficos Jornais: <i>Ticker</i>	95
Anexo 2: Elementos Gráficos Jornais: <i>Lead</i>	96
Anexo 3: Elementos Gráficos Jornais: <i>Mega-Lead</i>	97
Anexo 4: Elementos Gráficos 25ªHora: <i>Over the Shoulder</i>	98
Anexo 5: <i>Homepage</i> site TVI24	99
Anexo 6: Site TVI24: Links disponíveis no menu superior esquerdo	101
Anexo 7: Site TVI24: Links disponíveis no menu superior direito.....	113

Anexo 8: Conteúdos Secção Fotos: Fotogaleria.....	116
Anexo 9: Notícia com galeria de fotos	117
Anexo 10: Notícia Secção <i>Desporto</i> acesso via <i>Últimas</i>	118
Anexo 11: Motores de Busca	121
Anexo 12: <i>Homepage</i> Aplicação TVI24 para <i>iPad</i>	124
Anexo 13: <i>Homepage</i> Aplicação TVI24 para <i>iPad</i> : <i>Secções</i>	126
Anexo 14: Página TVI24 no <i>Facebook</i>	133
Anexo 15: Quadro Percurso da notícia <i>Aumento Gás Natural</i> nas plataformas <i>broadcast</i> e online:.....	137
Anexo 16: <i>Printscreens</i> notícia <i>Aumento Gás Natural</i>	138
Anexo 17: <i>Backoffice</i> Redacção Online.....	146
Anexo 18: <i>Backoffice</i> Ticker	148

INTRODUÇÃO

Este trabalho de projecto é realizado para a obtenção do grau de Mestre em Novos *Media* e Práticas Web, pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa.

Com este projecto pretendo analisar a formatação de conteúdos noticiosos nas plataformas *broadcast* e digitais, sendo o *case study*, o canal TVI24. Deste modo, serão estabelecidas as relações entre os conteúdos noticiosos divulgados via *broadcast* e *online*, sem esquecer o papel importante das redes sociais.

A escolha do *case study* é derivada do facto de trabalhar no departamento de grafismo, onde desempenho as funções de designer desde 2002. Tendo acompanhado a evolução da televisão no contexto do analógico para o digital e respectivo processo de digitalização da redacção, participei no lançamento do canal TVI24. Desta forma, tive o privilégio de trabalhar na criação e produção da linha gráfica, bem como nas promoções de novos programas, acompanhando de perto todos os procedimentos que levam à fundação de um canal de notícias.

Ao proceder à análise das notícias produzidas pelo canal TVI24 existem diversos factores a ter em conta, sendo a situação actual do consumo de informação caracterizada por grandes transformações derivadas da emergência dos *media* digitais. É preciso contextualizar o canal de notícias TVI24 no panorama televisivo português: quais as promessas e expectativas que antecederam a sua criação, bem como o seu posicionamento actual ao fim de quatro anos de emissão perante os restantes canais.

Num primeiro momento, o objecto de estudo é a produção de conteúdos noticiosos, tendo em conta as multiplataformas de comunicação nas quais a TVI24 está presente: a televisão, a internet, as aplicações para dispositivos móveis e redes sociais. Perante a exposição em *medias* diferentes, de que forma são pensadas as notícias? Visto tratar-se de uma estação de televisão, os conteúdos serão produzidos para este *media* e transpostos para o site?

Para se proceder ao estudo dos conteúdos noticiosos, é preciso perceber o organismo que os produz, a redacção. Como tal, a estrutura desta, bem como as hierarquias e os procedimentos em notícias de última hora serão também objecto de análise. É fundamental não esquecer a importância da coordenação dos meios para que a reacção às notícias seja imediata e coerente nos diversos *media*.

No espaço de tempo decorrido durante a investigação para o trabalho de projecto, as redacções *broadcast* e *online* foram alvo de uma reestruturação, que incidiu na convergência destas, à semelhança do que se passou nas estações de televisão estrangeiras, tais como a BBC. Assim, este ponto terá um especial enfoque, visto ser um reflexo dos desenvolvimentos tecnológicos, nomeadamente a proliferação dos *media* digitais. É fundamental contextualizar estas mudanças no cenário actual, no qual existe uma integração dos *media* digitais e tradicionais.

É importante definir a posição da televisão (como fonte de acesso a notícias) perante este contexto de mudanças. Para tal, é preciso perceber a evolução deste meio de comunicação, bem como a sua posição perante os emergentes *media* digitais. No relatório – que se reporta ao panorama português - *A Televisão na Sociedade em Rede* (2011), 99% dos inquiridos afirma ter televisão e 78% elege as notícias como temática preferencial da programação televisiva. A televisão mantém-se o meio de comunicação preferencial dos portugueses comparativamente com os restantes *medias* tradicionais e digitais e é de salientar que aproximadamente 30% dos inquiridos registaram ter actualmente um consumo superior de televisão comparativamente com os últimos cinco anos.¹

Num segundo momento, é abordada a questão do acesso à informação na óptica do consumidor. Para esse efeito, serão analisados os noticiários Notícias24 e 25ª Hora, o site tvi24.pt, a aplicação TVI24 para *iPad* e o perfil do canal de notícias no *Facebook*. O objectivo é perceber de que forma os conteúdos noticiosos são apresentados e desenvolvidos - tendo em conta as plataformas de comunicação, bem como a interacção existente com as audiências.

¹ cf. quadro «Hoje em dia utilizo...do que há cinco anos atrás», in *A Televisão na Sociedade em Rede*. Lisboa: OberCom – Observatório de Comunicação, 2011, pp.38

A análise dos conteúdos noticiosos produzidos por um canal de notícias – neste caso, a TVI24 - implica o estudo das diversas dimensões inerentes ao processo da produção e emissão da informação, numa perspectiva que parte do geral para o particular. Assim, posteriormente à análise dos *media* e do papel das audiências no consumo de informação, bem as instituições e respectivos organismos produtores de informação – num contexto global - são estudados os produtos finais, tais como os noticiários, *webpages* e aplicações até à notícia em si.

ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL:

Ao longo das duas últimas décadas, as estações de televisão têm procurado a difusão dos conteúdos noticiosos nas diversas plataformas de comunicação, para além dos canais generalistas. Numa primeira fase, surgiram os canais de notícias 24 horas por cabo, sendo o contexto americano pioneiro com o canal CNN - *Cable News Network* – em 1980. Os principais canais de televisão europeus começaram a lançar canais de notícias na década seguinte, como é o caso da BBC News (Reino Unido - 1997), LCI² (França – 1994), Rainews 24 (1999) ou o Canal 24 horas da TVE³ (Espanha – 1997).

Numa segunda fase pontuada pelo desenvolvimento da internet, a expansão deu-se neste sentido. Os *media* tradicionais aproveitaram as potencialidades da internet para distribuir os seus conteúdos. (García Avilés, 2010; Canelas, 2011). No que respeita os canais de notícias, este processo teve início através da criação de páginas web ligadas aos mesmos – como exemplo, o site BBC News Online com lançamento em 1997 (no mesmo ano da fundação do canal de notícias – à semelhança da Rainews 24, em 1999) e o *case study* deste trabalho de projecto, o canal de notícias TVI24. A presença na internet abriu as portas aos canais para uma possível «[...] dimensão global até então condicionada pelos circuitos de distribuição.»⁴

² Canal de notícias pertencente à estação de televisão francesa TF1

³ Canal de notícias da estação da televisão espanhola TVE

⁴ João canavilhas in, *Os jornalistas Online em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira interior, 2005, pp.1

Com a passagem do contexto analógico para digital, as redacções *broadcast* foram alvo do processo de digitalização, que consiste na implementação de servidores digitais que armazenam conteúdos multimédia para produção de notícias, recebem e arquivam *feeds* de agências noticiosas e partir dos quais é possível aceder para editar peças, bem como emitir conteúdos vídeo de uma forma automatizada. A implementação dos servidores digitais resultou numa redução drástica das ilhas de montagem analógicas, da participação da mediateca em pesquisas e recolha de imagens para peças de actualidade diária, bem como o recurso a cassetes para a transferência de conteúdos vídeo. Mas a maior mudança residiu no facto dos jornalistas começarem a editar as próprias peças, por terem à disposição ilhas de montagem digitais nos próprios computadores, com acesso directo aos servidores (García Avilés, 2006).

Posteriormente, com os avanços tecnológicos no campo dos *media* e o advento dos *media* digitais, as estações de televisão criaram perfis nas redes sociais e começaram a apostar nas aplicações para dispositivos móveis. Estas permitem o acesso aos conteúdos noticiosos e também à emissão *live*, em qualquer lugar onde seja possível aceder à internet. Estas inovações são muito recentes, mas revolucionaram os hábitos no consumo de informação, nomeadamente o envolvimento dos cidadãos no processo da construção das notícias (Becker e Bustamante, 2009).

Henry Jenkins afirma que no contexto actual da emergência dos *media* digitais, os novos meios de comunicação não substituíram os *media* tradicionais; o que se tem verificado é uma interacção destes, no sentido em que «[...] o poder das redes de radiodifusão agora coexiste com o poder das redes sociais. Em alguns casos, isso vem forçando a radiodifusão a procurar uma nova relação com os consumidores⁵.»

O termo convergência (mediática) remete para duas definições ou abordagens: a cultura de convergência que se refere às mudanças originadas pelo advento dos *media* digitais e a convergência/integração de redacções num mesmo

⁵ Vinicius Navarro in, *Entrevista com Henry Jenkins*. Revista Contracampo nº 21, 2010, pp.15

órgão de comunicação social, com vista a produzir conteúdos noticiosos para as plataformas de *media offline* e *online*.

O conceito de cultura de convergência (Jenkins, 2006; Deuze, 2008) traduz-se pela interacção entre os *media* tradicionais e os *media* digitais e as respectivas consequências. Ao contrário do que era previsto, não ocorreu uma substituição dos *media offline* pelos *online*, mas uma integração dos mesmos. O advento dos *media* digitais, permitiu ao utilizador ter a possibilidade de aceder à informação *quando quer e onde quer*. Jenkins aponta para a grande mudança que reside no papel participativo do consumidor de informação que graças aos *media* digitais tem a possibilidade de «[...] arquivar, comentar, ajustar e fazer re-circular conteúdo.»⁶

Para a classe jornalística, a convergência refere-se ao processo de integração de redacções, ou seja trata-se da fusão de diferentes redacções jornalísticas pertencentes a um órgão de comunicação, visando a partilha do mesmo espaço e de recursos financeiros, tecnológicos e humanos (Deuze, 2004; García Avilés, 2006; Sánchez Castillo, 2010; Canelas, 2011). O objectivo principal é a difusão coerente de conteúdos noticiosos nas multiplataformas de comunicação, bem como a redução de custos. Os processos de reestruturação das redacções e dos meios operacionais dos canais de notícias com fim à convergência destas, resultaram em mudanças muito significativas (García Avilés, 2006; Erdal, 2009; Sánchez Castillo, 2010) do foro tecnológico, empresarial, profissional, dos conteúdos produzidos e na relação com as audiências (Canelas, 2011).

O jornalismo para multiplataformas de comunicação tem tido diversas denominações tais como «[...] jornalismo multimédia (Deuze, 2004) ou jornalismo de convergência (Huang *et al*tri, 2004).»⁷ No artigo *Cross-Media (Re)Production Cultures*, Ivar J. Erdal (2009) usa o termo *cross-media journalism*, que «[...] enfatiza a relação entre as diversas plataformas de comunicação»⁸, remetendo para o conceito de integração das mesmas.

⁶ Mark Deuze in, *O jornalismo e os novos meios de comunicação social*. Comunicação e Sociedade, 9(10), pp.25

⁷ Ivar J. Erdal in, *Cross-media (re) production cultures*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 15(2), 2009, pp. 216

⁸ Ibidem, pp.216

A temática da convergência de redacções nos canais *broadcast* europeus tem sido objecto de diversos estudos, sendo as principais referências para o trabalho de projecto textos da autoria de M. Deuze, J. García Avilez, S. Sánchez Castillo, I. Erdal e Carlos Canelas, bem como as teses de doutoramento de Ricardo Nunes e Adelino Gomes. Os trabalhos de investigação relacionados com esta temática abordam dois pontos distintos: as repercussões da convergência ao nível organizacional e tecnológico das redacções dos canais de notícias e quais as consequências, no plano sociológico, referentes às práticas jornalísticas (Erdal, 2009).

A migração do analógico para o digital levanta uma questão muito importante no que se refere às funções do jornalista (García Avilés, 2006). Anteriormente, o trabalho de edição de notícias era multidisciplinar, no sentido em que também integrava o contributo da mediateca – na pesquisa e recolha de imagens – e do montador, na edição da peça. Com a digitalização e convergência das redacções, é requerido que os jornalistas tenham a capacidade de pesquisar e editar as notícias⁹, o que implica um acréscimo de esforço e trabalho sem que haja necessariamente uma redução da produção de conteúdos. Desta forma, é exigido ao jornalista [...]«flexibilidade e polivalência de funções, que em muito extravasam a definição de jornalista e anulam funções técnicas paralelas e complementares.»¹⁰

Ivar J. Erdal aponta para a questão da possível perda de qualidade do trabalho jornalístico no contexto da digitalização e convergência. Ao trabalharem para um *media* diferente, os jornalistas têm que apostar na formação e conhecimento de novas ferramentas e procedimentos, resultando numa perda de tempo para investigar e trabalhar na notícia em si.

No relatório *Digital Media and Investigative Reporting* (2011), é abordada a questão da agregação de informação, que é inerente ao contexto digital. O facto da internet ser uma extensa base de dados pública e os *media* digitais possibilitarem uma fácil edição e publicação de conteúdos, remete para o facto de existirem órgãos de comunicação social que compilam toda a informação relativa a determinados

⁹ No caso da maioria das peças para jornais, excluindo as médias e grandes reportagens.

¹⁰ Ricardo Nunes in, *Condicionantes do dispositivo mediático na formatação de conteúdos multimédia: análise do dispositivo online do serviço público de televisão em Portugal e Espanha*. Lisboa: FCSH, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, 2012, pp. 184

assuntos e como tal não oferecem mais-valias para além desta agregação. É preciso fazer uma selecção da informação, «[...]os consumidores elegem uma fonte de informação não pelo que inclui, mas pelo que exclui».¹¹ A transparência e clareza na divulgação de conteúdos noticiosos tornou-se um factor mais importante para as audiências do que a objectividade da própria notícia.

Assim, o advento dos *media* digitais trouxe grandes mudanças que se revelam tanto ao nível da produção de notícias, como no consumo destas. A tecnologia permitiu que o jornalismo chegasse às audiências de massas (Deuze, 2006:17), bem como «[...] a profissão conta com a tecnologia para a recolha, edição, produção e disseminação da informação.»

Os papéis de agente de produção e consumidor de notícias estão em constante mutação. As audiências deixaram de ter um papel passivo no consumo de informação ao contribuir na produção de informação, através da partilha e comentário das notícias. Assim, as fronteiras entre estes dois papéis tornaram-se mais ténues. A interactividade é um dos grande pontos diferenciadores dos *media* tradicionais e digitais.¹² Esta traduz-se na possibilidade dos utilizadores em participar na criação de conteúdos, seja através de proposições (partilha) ou reacções, através dos comentários.

Deuze afirma que «[...] embora não possamos considerar o jornalismo multimédia uma prática emergente distinta, a convergência constante (através da digitalização) dos diferentes tipos de *media* sugere que, de algum modo - mais cedo ou mais tarde - todo o jornalismo terá uma componente ou essência multimédia, na medida em que será possível recolher, editar e divulgar notícias através de todos os tipos de plataformas, usando a mesma linguagem digital de zeros e uns.»¹³

¹¹ Mark L. Hunter in, *Mapping Digita Media: Digital Media and Investigative Reporting*. Londres: Open Society Media Program, 2011, pp. 10

¹² ibidem

¹³ Mark Deuze in, *O jornalismo e os novos meios de comunicação social*. Comunicação e Sociedade, 9(10), 2006, pp. 18

ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO E BREVE DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS:

Apesar do foco inicial do trabalho de projecto ser a análise dos conteúdos noticiosos nas plataformas *broadcast* e digitais, era fundamental contextualizar os seguintes pontos, numa lógica que parte do geral para o particular:

- O papel da televisão enquanto emissor de informação ao longo dos tempos no contexto americano
- A posição da televisão perante o contexto do advento dos *media* digitais no contexto americano
- A estação de televisão TVI no contexto audiovisual português, bem como o canal de notícias por cabo, TVI24
- A estrutura da redacção e respectivos procedimentos, sem esquecer as grandes transformações ocorridas nos últimos anos, devido aos progressos tecnológicos, tais como a digitalização dos meios da redacção e posterior convergência das redacções *online* e *broadcast*
- A análise dos conteúdos noticiosos nas plataformas *broadcast* e *online*, sob a mesma linha editorial, tendo em conta as funcionalidades de cada *media*.

Desta forma, com excepção para os últimos pontos, cuja metodologia se baseia na recolha de testemunhos e observação empírica, numa primeira fase a investigação realizou-se através do recurso a trabalhos de investigação referentes ao contexto da informação *broadcast*, *online* e convergência de redacções, no contexto americano, europeu e nacional. Para proceder à análise de tendências no consumo de informação e evolução dos *media* - bem como das audiências - foram consultados relatórios de instituições tais como Pew Research Center, OberCom, Marktest e GMCS, Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

No que se refere ao panorama televisivo português, mais concretamente dos canais privados, a existência de trabalhos de investigação dentro do contexto da convergência é muito reduzida. A TVI24 é um canal com apenas quatro anos de

existência, cuja estrutura está a sofrer grandes transformações derivadas ao actual cenário da emergência dos *media* digitais, bem como mudanças do foro empresarial.

No campo das multiplataformas de comunicação, a metodologia aplicada à análise das notícias baseou-se na observação empírica e em entrevistas aos profissionais que integram a equipa responsável pelo canal TVI24 e canal TVI. Em Novembro de 2011, foi realizada uma observação (com a duração de dois dias) à equipa *online*, de forma a perceber quais os procedimentos na produção de notícias nas plataformas digitais. Posteriormente, para um entendimento do funcionamento não só da redacção *online* e *broadcast*, mas da TVI enquanto órgão de comunicação social, foram entrevistados colaboradores pertencentes a departamentos diferentes tais como a chefia de redacção, edição dos jornais TVI24, coordenação *Breaking News*, edição *online*, secretariado da redacção *online*, direcção técnica e direcção de Audimetria e Research.

Após a primeira conversa com o coordenador *Breaking News*, Luís Sobral – na altura, director do site tvi24.pt – foi tomado conhecimento de que haveria uma reestruturação da redacção *online* e *broadcast*, resultando na convergência de ambas. Assim sendo, foram registados os procedimentos que antecederam e sucederam a mudança. O levantamento dos jornais televisivos e registos do site, aplicação para *iPad* e perfil da rede social *Facebook* foi realizado após a convergência das redacções, em Abril de 2012, pelo facto de uma mudança tão significativa em termos de funções e procedimentos implicar adaptações e reajustes.

É de salientar, que apesar do foco da pesquisa centrar-se entre finais de 2011 e 2012, a recolha de informação prosseguiu até Fevereiro de 2013. Em meios tão recentes, como os canais de notícias nacionais ou as plataformas digitais, a informação perde a validade em pouco tempo, o que obrigou a uma constante actualização, sob pena de o projecto perder a contemporaneidade.

O primeiro capítulo tem como objectivo situar o consumo de notícias via *broadcast*, perante o advento dos *media* digitais e qual a posição da televisão perante os novos *media*. A televisão por cabo portuguesa tem uma história bastante recente, para além de dispor de uma oferta pouco diversificada de canais nacionais de notícias por cabo. Visto tratar-se de um capítulo que contempla as tendências no

consumo de informação, o objecto de estudo é o contexto americano – que tem uma grande tradição na área televisiva. Desta forma, é feita uma breve contextualização histórica da televisão americana, sem esquecer o papel fundamental enquanto meio de comunicação de massas. Como forma de perceber as tendências, o recurso aos estudos sobre consumo de informação nos EUA – relativos a 2010 e 2012 - publicados pelo PEW Research Center¹⁴, foi fundamental. Nos tempos que correm, estes estudos ficam rapidamente desactualizados devido aos grandes desenvolvimentos tecnológicos que se têm vindo a registar.

No segundo capítulo é feita a contextualização histórica do canal generalista TVI e o canal de notícias tvi24, bem como o posicionamento deste no mercado da televisão por cabo portuguesa. Foram realizadas entrevistas ao chefe de redacção, António Prata e a Paulo Soares, director de Audimetria e Research, para além da consulta de bibliografia referente ao assunto, nomeadamente os estudos realizados sobre o jornalismo em televisão por Felisbela Lopes, os trabalhos de investigação de Ricardo Nunes e Adelino Gomes, bem como Cesário Borga e relatórios de estágio em Jornalismo – na redacção TVI e TVI24 - da autoria de Rita Dantas Ferreira e Diana Costa.

O terceiro capítulo é dedicado à análise da estrutura da redacção *broadcast* e *online* da TVI24, bem como os procedimentos realizados no caso de notícias de última hora. Apesar da convergência das redacções *broadcast* e *online* ter tido lugar no início de 2012, existem uma série de mudanças ainda em curso, nomeadamente a gestão das redes sociais. É de salientar que este factor trouxe grandes mudanças, tanto em termos de procedimentos, como em termos editoriais, visto haver uma transição de uma situação em que os processos de produção dos conteúdos *online* eram autónomos relativamente ao *media broadcast*, para uma situação de integração de redacções.

Neste capítulo foram realizadas entrevistas a Luís Sobral (coordenador *Breaking News* e director editorial IOL), a Filipe Caetano (editor site tvi24.pt) e Carmen Marques (responsável pelo *ticker* no dia em que foi realizada a entrevista). No que se refere à investigação teórica, os trabalhos de investigação e artigos de

¹⁴ <http://www.pewresearch.org/>

Mark Deuze, García Avilez, Sánchez Castillo e Ivar J. Erdal foram fundamentais no entendimento da problemática da convergência de redacções.

No quarto capítulo é estabelecida a relação entre os conteúdos noticiosos e as multiplataformas de distribuição de informação. Para esse efeito, foi realizado o levantamento dos jornais televisivos e registos das notícias nas plataformas digitais de forma a proceder á análise dos meios nos quais é divulgada a informação, bem como a anatomia da notícia e a percurso desta nos diferentes meios de comunicação disponibilizados pelo canal TVI24. Os jornais televisivos analisados foram o Notícias24 e 25ª Hora. Para tal, foram entrevistados os respectivos editores e pivôts, Pedro Pinto e João Maia Abreu. No que respeita à informação *online*, foram entrevistadas Judite França, sub-directora da Agência Financeira e Sílvia Carvalho, secretária de redacção. No que respeita a investigação teórica, a tese de Mestrado *A relação do portal Web com as notícias televisivas: O caso da RTPN*, de Andreia Gonçalves e o artigo *TVI and SIC News Websites: Public Participation and Editorial Criteria*, de Helena Dias Lima e Ana Isabel Reis foram essenciais na compreensão da relação dos conteúdos noticiosos *broadcast* e do site, bem como os artigos de João Canavilhas sobre o contexto *online* português.

1 | CONSUMO DE INFORMAÇÃO: A POSIÇÃO E IMPORTÂNCIA DA TELEVISÃO NO ACESSO ÀS NOTÍCIAS PERANTE O ADVENTO DOS MEDIA DIGITAIS

Este capítulo tem como objectivo, numa primeira instância, a análise da evolução da televisão americana – em termos de programação - de forma a contextualizar o acesso a notícias na situação actual, dominada pela vasta oferta de conteúdos e uma consequente fragmentação das audiências.

A escolha do espaço americano reside no facto deste país ter uma grande tradição histórica na área da televisão e, consequentemente, uma vasta oferta de canais e conteúdos programáticos. «Com a globalização da televisão, o modelo comercial de *broadcasting* – com raízes nos Estados Unidos e com uma grande dependência da publicidade – tornou-se a referência dominante a nível mundial»¹⁵.

Visto o panorama televisivo nacional seguir o modelo europeu, e a existência de canais privados generalistas e por cabo ser relativamente recente – a RTP teve o monopólio da emissão nacional durante 35 anos, até 1992 (Lima e Reis, 2012:178) - é importante contextualizar e perceber a evolução da televisão como *media* para além fronteiras.

Numa segunda instância, pretende-se definir a posição da televisão no acesso a informação, perante o advento dos *media* digitais. O número de pessoas a aceder a conteúdos noticiosos através de *smartphones*, *tablets* e outros dispositivos tem vindo a aumentar consideravelmente, bem como através das redes sociais – o que se revelou ser a grande mudança nos hábitos dos americanos no consumo de informação (Kohut *et alri*, 2012:1).

Apesar do objecto de estudo deste capítulo tratar-se de um país estrangeiro, estas considerações são aplicáveis ao contexto português. Numa época marcada pela globalização e pelo acesso generalizado à internet, bem como a vasta oferta de dispositivos electrónicos, os hábitos no acesso às notícias são semelhantes, independentemente do país a que se referem – nomeadamente nos tecidos urbanos e segmentos demográficos mais jovens.

¹⁵ Daya Kishan Thussu, in *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage Publications Ltd, 2007, pp. 2.

1.1 | O CONTEXTO AMERICANO: O LUGAR DA INFORMAÇÃO NA TELEVISÃO DOS ESTADOS UNIDOS

Para contextualizar a situação actual das notícias na televisão norte-americana, bem como os hábitos de consumo da parte das audiências, é fundamental perceber a evolução da programação nas últimas décadas. Actualmente existe uma grande oferta de canais generalistas, aliada a uma extensa variedade de canais temáticos difundidos por Cabo. No entanto, entre as décadas de 50 e 70 do século passado, a oferta televisiva era bastante reduzida comparativamente à situação actual. Este capítulo tem como objectivo analisar esta evolução e de que forma afectou o público.

A origem dos primeiros canais de televisão generalistas – cuja denominação é *network channels* – teve lugar no fim da década de 40. A NBC (*National Broadcasting Company*) começou a emitir em 1946 e a CBS (*Columbia Broadcasting System*) e ABC (*American Broadcasting Company*) em 1948. O canal Dumont também teve origem em 1946, mas esteve no ar durante apenas 10 anos. Os canais NBC, CBS e ABC eram geralmente denominados como os *the big three*, cuja emissão era transmitida nas televisões locais. Até 2009, data em que foi introduzida a televisão digital, o acesso a estes era gratuito na maioria dos grandes centros urbanos. A televisão como *media* teve uma grande e rápida emergência na década de 50. Em 1949, apenas 2,3% dos lares americanos possuía uma televisão; em contrapartida, no fim da década, o valor subiu para 87%¹⁶.

Nos anos 60, a emissão a cores proliferou-se em grande escala: os aparelhos de primeira geração – com difusão a preto e branco – foram substituídos na maioria dos lares por televisões a cores. Os canais NBC, CBS e ABC mantinham o monopólio da emissão, tendo uma programação muito semelhante em termos genéricos. Como tal, a oferta de escolha era bastante limitada. Registou-se uma grande evolução em termos de conteúdos programáticos na área do entretenimento, sendo os mais populares os *quiz-shows*, as *sitcoms* de comédia e as séries sobre o faroeste americano (*horse-operas*). A popularidade destas séries residia no facto desta época

¹⁶ Markus Prior in, *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2007, pp. 15-16.

- a declaração da independência e conquista de territórios aos povos indígenas - ser muito valorizada pelo povo americano.

No campo da informação televisiva, eram emitidos - em simultâneo - nos três canais *network* - blocos noticiários durante a noite, no horário prime time. Inicialmente tinham a duração de 15 minutos e eram uma súmula das notícias mais importantes. A partir de 1963, os telejornais passaram a ter 30 minutos de duração. Para além das notícias dos canais *network*, os canais locais também transmitiam um bloco de notícias com produção própria ao fim da tarde.

Na década de 60, a televisão caminhava a passos largos no sentido da comunicação massificada como meio de influência em actividades culturais e políticas. No dia 26 de Setembro de 1960, foi transmitido o debate entre os dois candidatos mais populares à presidência dos estados Unidos: Nixon e Kennedy. A emissão decorreu em simultâneo nos *big three* - sem espaços publicitários - e em emissoras de rádio. O share foi de 75 milhões.

Nesta altura começaram a ser transmitidos documentários em prime-time: *CBS Report*, *White Paper* (NBC) e *Close-up* (ABC). Abordavam assuntos polémicos e controversos tais como a vida difícil dos trabalhadores rurais, questões relativas a emigração ou problemáticas ambientais. Estes programas acabaram por perder o protagonismo por não terem audiências tão altas quanto os de entretenimento e constituírem possíveis fontes de conflitos com grandes anunciantes – a publicidade trazia grandes receitas para os canais de televisão.

Os conteúdos de informação e entretenimento tinham fronteiras muito definidas; salvo raras excepções nos programas de entretenimento não eram relatados factos que marcavam a actualidade política da década de 60 – como a Guerra Fria ou questões sociais como o racismo. Era notório o contraste existente entre a exposição constante de conteúdos violentos nos telejornais e a felicidade superficial das séries dotadas de um cenário rural dominante.

No contexto de *low-choice environment*, os três canais *network* apresentavam uma emissão bastante homogénea em termos temáticos e horários de emissão. Deste modo, não existiam muitas opções relativamente a tipologias de

conteúdos – facto que não era encarado como um factor negativo pela maioria dos telespectadores. Estes assistiam ao que era transmitido por uma questão de conveniência: ver televisão constituía uma actividade que tinha como objectivo ocupar o tempo livre. Os telespectadores tinham uma atitude passiva, que se traduzia na fidelização ao canal a que assistiam: «A televisão era fácil, tinha imagens e estava logo ali, na sala de estar. No momento em que as pessoas ficavam “coladas à caixa”, permaneciam presas à programação».¹⁷ Em oposição ao cenário actual de audiências fragmentadas (pela existência de mais de uma centena de canais por cabo), as audiências eram cativas.

Devido ao reduzido número de canais de televisão, mesmo os programas menos populares podiam obter audiências muito elevadas. Paul Klein – que desempenhou as funções de director de programação no canal de televisão NBC nos anos 60 – desenvolveu a teoria de «programa menos controverso»¹⁸ cujo objecto de estudo era o comportamento das audiências. Assim, defendia que os espectadores consumiam televisão não pelo conteúdo, mas pelo *media* em si, que era o objecto de desejo. Devido à parca oferta de conteúdos, não eram questões de identificação ou satisfação que ditavam a escolha dos programas a ver, mas sim o facto de estes terem menos probabilidades de provocar desconforto ou desagrado. Paul Klein defendia que as condições ideais para alcançar um maior número de telespectadores, passavam pela oferta de uma programação “neutra”, que pudesse abranger todos os segmentos demográficos da população. «Esta teoria gozou de muita credibilidade junto dos executivos dos canais *network* durante a década de 60; consequentemente, os conteúdos programáticos eram extremamente brandos, desprovidos de questões sociais, intelectuais ou contextos artísticos»¹⁹.

No contexto de *low-choice environment*, a televisão revelou-se como um meio para nivelar o conhecimento político entre as pessoas mais instruídas e consumidoras de jornais diários e as que de outro modo não teriam acesso a

¹⁷ Markus Prior in, *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2007, pp. 15-16.

¹⁸ NT. Designação dada ao termo «Least Objectionable Program».

¹⁹ David Marc e Robert J. Thompson in, *Television in the Antenna Age – A Concise History*. Nova Iorque: Blackwell Publishing, 2005, pp. 70.

informação (seja por desinteresse, seja por falta de instrução). O que fomentou esta situação não foi a televisão como *media*, mas a questão de transmitir blocos noticiários diários aliada a audiências cativas devido à oferta reduzida de conteúdos e passividade dos telespectadores.

A emissão transmitida no horário *prime time* seguia uma grelha de programação muito rígida: era transmitido um noticiário antes do jantar (*early night*), seguido de dois programas geralmente de entretenimento e por fim outro noticiário (*evening news*). Esta situação era idêntica nos canais *broadcast*, de modo que as pessoas acabavam por consumir notícias independentemente do grau de instrução ou interesse. «No fim do dia, assistir às notícias era uma norma nos lares americanos – cerca de três quartos assistiam a noticiários num dos canais *network*».²⁰ É de salientar que as audiências dos noticiários atingiram os valores máximos nesta época, tendo o *share* diminuído drasticamente com a emergência dos canais por cabo na década de oitenta.

Umberto Eco (1985) apelidou esta fase da televisão como paleo-televisão. O objectivo deste meio de comunicação era «[...] entreter, educar e informar [...]»²¹, sendo que o telespectador tinha uma postura passiva perante a emissão – era fiel à programação, independentemente do interesse manifestado pelos conteúdos. Nos programas emitidos, não havia qualquer interacção com as audiências. Este modelo de televisão prevaleceu nos Estados Unidos até ao aparecimento da televisão por cabo e a consequente proliferação dos canais temáticos. Em oposição, a fase da neo-televisão – que representa o modelo de televisão actual – as audiências passaram a ser o centro do acontecimento, ao invés dos apresentadores. Assim sendo, «[...] o telespectador tem o poder de decisão, de avaliação e de participação»²². A relação deste com a televisão enquanto *media* torna-se mais próxima através de estratégias de comunicação. A sala de estar torna-se uma «[...] extensão do cenário da TV»²³.

²⁰ Markus Prior in, *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2007, p.1.

²¹ Helena Dias Lima e Ana Isabel Reis in, *TVI and SIC News Websites: Public Participation and Editorial Criteria*, *Jornal Observatório*, vol.6, 2012, pp.183.

²² *ibidem*

²³ *ibidem*

Nos anos 70, os programas de entretenimento introduziram novas temáticas relacionadas com a “vida real”: «situações de guerra, violência sexual, racismo, problemas laborais ou até a própria morte eram relatadas nas séries televisivas dotadas de períodos de intervalo publicitários».²⁴ A superficialidade e cenários rurais característicos da década anterior dão lugar a temas mais pertinentes e cenários urbanos.²⁵ No entanto, após acontecimentos como a derrota sofrida na Guerra do Vietname - em que a sociedade americana se encontrava mais “deprimida” - a emissão de programas mais humorísticos e superficiais torna-se necessária, como forma de escape à realidade.

Paralelamente aos canais de televisão generalistas e locais, surge a televisão por cabo que inicialmente assumiu a função de levar a emissão dos canais *network* a zonas que não obtivessem o sinal das televisões locais. Em 1972, é criado o canal HBO (*Home Box Office*), com emissão por cabo mediante subscrição. Este acontecimento marca uma nova era na televisão como *media*: a proliferação de canais temáticos via cabo e a perda do domínio das audiências por parte dos canais *network*. Em 1979, é fundado o canal ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*), cuja emissão é totalmente dedicada à distribuição de conteúdos desportivos.

Na década de 80 surgiram inúmeros canais por cabo inovadores tais como a CNN (*Cable News Network*), o primeiro canal de notícias com emissão de 24 horas por dia. Em 1991, a CNN ultrapassou o share dos canais *network*, devido ao facto de ter sido o único canal de notícias a fazer a cobertura em directo da Guerra do Golfo Pérsico. Em 1981, é fundado o canal de música MTV (*Music Television*), cujo objectivo inicial era a emissão continua de videoclips com base em selecções feitas por personalidades ligadas ao mundo da música. Actualmente apresenta uma programação que para além da transmissão de videoclips, inclui programas de notícias referentes ao panorama musical, promoção de bandas e novos talentos,

²⁴ David Marc e Robert J. Thompson in, *Television in the Antenna Age – A Concise History*. Nova Iorque: Blackwell Publishing, 2005, pp. 101

²⁵ Cf. «TV’s pre-Oprah makeover from Rural to Relevant during the 1970’s accomplished its primary goal: attracting young adults». David Marc e Robert J. Thompson in, *Television in the Antenna Age – A Concise History*. Nova Iorque: Blackwell Publishing, 2005, pp. 98

transmissão de espectáculos ao vivo e reality shows. Em 1986, a Fox Entertainment Group lança o canal FOX (*Fox Broadcasting Company*), para competir directamente com os big three na área de canais *network*, sendo actualmente líder de audiências. O canal FOX News surge em 1996, e tal como o canal FOX, conquistou a liderança das audiências dos canais de notícias por cabo.²⁶

Com o advento da televisão por cabo e consequente oferta de canais temáticos, o contexto das audiências televisivas sofreu uma grande mudança: Os *Big Three* perderam o monopólio do horário prime time - «em 1980, mais de 90% dos telespectadores assistiam à emissão de um destes canais; em 2005, o share desceu para 32%».²⁷ Como consequência, as audiências deixam de ser cativas e passam a ser fragmentadas. Devido à oferta de mais alternativas relativas a géneros e tipologias de programação – cinema, séries, desporto, cozinha, entre outros – a probabilidade de ver “acidentalmente” um programa é muito reduzida. O telespectador adquire uma postura mais activa – assiste aos programas que selecciona com base nos seus interesses pessoais.

Para os telespectadores cujas preferências estão relacionadas com entretenimento, o cenário de *high-choice environment* e a televisão por cabo permitiram a possibilidade de consumir conteúdos dentro desta área – disponíveis 24 horas por dia – e deste modo, foram progressivamente deixando de ver os telejornais dos canais generalistas. Na situação inversa, os telespectadores cujas preferências são as notícias migraram para os canais temáticos de notícias, que disponibilizam uma informação mais completa e detalhada, em detrimento dos blocos noticiários dos canais *network*.

É importante situar, no cenário actual de *high-choice environment*, quais os hábitos e preferências relativamente ao consumo de notícias. Contrariamente ao cenário de *low-choice environment*, em que a televisão tinha a capacidade de nivelar

²⁶ Cf. Quadro «More Regularly Watching Fox News than CNN. Cable Networks; 2010». Fox News apresenta 23% de audiências relativamente à CNN (18%). Andrew Kohut *et al* in, *Ideological News Sources: Who Watches and Why. Americans Spending More Time Following the News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press, 2010, pp. 22

²⁷ Douglas B. Hindman, e Kenneth Wiegand in, *The Big three's prime-time decline: a technological and social context. (top 3 television networks ABC, CBS, and NBC)(Report)*». *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2008, pp.1

o conhecimento político do público devido à exposição, mesmo que circunstancial, aos noticiários das pessoas com menos instrução - ou que não demonstrassem interesse por política – Markus Prior (2007) defende que o cenário de *high-choice environment* favoreceu as discrepâncias no consumo de notícias e consequentemente, no grau de conhecimento político. Os telespectadores cujas preferências estão relacionadas com notícias, têm possibilidade de adquirir mais conhecimento que no cenário anterior, enquanto que o público cuja preferência é o entretenimento, tem tendência para não ver noticiários e provavelmente perder o conhecimento adquirido.

Segundo o estudo datado de 2012 do The Pew Research Center, *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*, em 2012, 43%²⁸ dos inquiridos afirma ter muito interesse em consumir notícias, comparativamente com os resultados dos anos anteriores, em 1998, a percentagem era de 50% e em 2008, 52%. Assim, existe uma tendência para o progressivo desinteresse pelos conteúdos relativos a informação da parte da população. Nos segmentos mais jovens da população (18-29 anos), verificou-se o maior abandono do consumo de informação: em 2008%, 38% dos inquiridos afirmou ter muito interesse pelas notícias e em 2012 o número diminuiu para 24%, verificando-se um decréscimo de 14%²⁹. Trata-se de uma situação muito preocupante, no sentido em que esta geração mais jovem - por ter crescido no cenário de *high-choice environment* - acabou por não ter incutidos hábitos de consumo de informação, correndo o risco de ficar alienada da vida política do país e consequentemente não exercer as obrigações cívicas, tais como votar.

²⁸ Cf quadro página 27 «Since 2008,fewer enjoy following the news a lot» in, *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press, 2012, pp. 27

²⁹ Cf quadro «Young people, liberals enjoy news less than four years ago» in, *ibidem*

Figura 1 | São cada vez menos as pessoas com muito interesse por notícias (2008-2012)³⁰

	2008	2010	2012	2008-2012
gosto muito	52%	45%	43%	-9%
gosto muito (Jovens 18-29A)	38%	27%	24%	-14%
vou vendo	32%	36%	18%	+5%
não gosto	15%	18%	20%	+5%

1.2 | ACESSO A NOTÍCIAS: A POSIÇÃO E IMPORTÂNCIA DA TELEVISÃO COMO EMISSORA DE NOTÍCIAS PERANTE O ADVENTO DOS *MEDIA* DIGITAIS

Nas últimas décadas, o panorama dos meios de comunicação sofreu grandes transformações: a evolução tecnológica traduziu-se na proliferação de novas plataformas digitais de difusão de conteúdos. Assim, as notícias e informação ganharam novos meios de expressão e acesso por parte dos consumidores, que paulatinamente abandonaram o papel de receptores passivos. Surge então um novo modelo de comunicação, em que o consumidor adquire um papel participativo (*produser*).

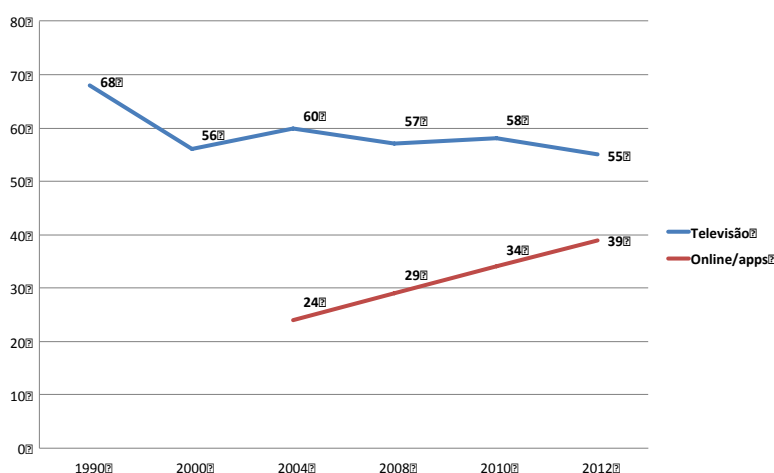
Muitos autores têm especulado sobre a possível substituição dos *media* tradicionais pelos *media* digitais. Henry Jenkins considera que o caminho não passa por uma substituição, mas pela integração destes, nomeadamente a coexistência com as redes sociais. O autor definiu o conceito de cultura de convergência, relativa aos produtores de conteúdos – neste caso de notícias - e os utilizadores. Trata-se de uma convergência tecnológica, no sentido em que os conteúdos circulam em diversas plataformas de comunicação – tradicionais e digitais – e convergência cultural, que se resume na «[...] capacidade do público de empregar redes sociais para se conectar de maneiras novas, para moldar ativamente a circulação desse

³⁰ Fonte: quadro «fewer enjoy following the news a lot» in, *ibidem*

conteúdo, para desafiar publicamente os interesses dos produtores de comunicação de massa.»³¹

Desta forma, é fundamental situar o papel da televisão no acesso à informação face aos *media* tradicionais e digitais. Na última década, o número de americanos que teve acesso às notícias através deste *media* manteve-se estável, apesar de ter vindo a registar um ligeiro declínio desde 2010. Comparativamente com os restantes *media* tradicionais, trata-se de uma quebra menos acentuada: tanto a imprensa como a rádio têm vindo progressivamente a perder audiências. Estes resultados devem-se ao desenvolvimento dos *media* digitais, que se refletem no aumento considerável de utilizadores a aceder a notícias via internet, sobretudo a partir de 2006. Tal facto deve-se à optimização da navegação *online* - que possibilita que o *streaming* de vídeos seja rápido – e à crescente oferta e democratização de *smartphones* e *tablets*. É de salientar, no entanto, que a televisão continua a ser a plataforma preferencial da população dos Estados Unidos para aceder a notícias, seguida da internet. Em 2012, 55% dos consumidores de informação têm acesso a notícias pela televisão, e 39% dos inquiridos acede via *online* e dispositivos móveis. Em 2008, 57% dos indivíduos acedia às notícias pela televisão e 29% acede via *online* e dispositivos móveis.

Figura 2 | Qual o meio de acesso a notícias no dia anterior?³²



³¹ Vinicius Navarro in, *Entrevista com Henry Jenkins*. Revista Contracampo nº 21, 2010, pp. 16

³² Fonte: «Where did you get news yesterday?» in, *Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press, 2012, pp.1

Apesar de não existir uma substituição dos *media* tradicionais pelas plataformas digitais no acesso à informação, a televisão tem vindo a perder audiências, nomeadamente entre 2008 e 2012.

Verificam-se duas tendências que têm vindo a mudar os hábitos dos americanos no consumo de informação: no crescente acesso através de dispositivos móveis, *smartphones* e *tablets* e o consumo de notícias através das redes sociais. Metade da população adulta americana tem ligação à internet através de *smartphones* ou *tablets*,³³ tendo proporcionado mudanças notórias no acesso à informação. Ao invés de substituir os *media* tradicionais, estes novos dispositivos «[...] originaram uma maneira de consumir notícias através de «multi-plataformas» de comunicação[...]»³⁴.

Segundo o estudo *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*, no ano de 2010, 35% dos inquiridos acedia a informação via *media* tradicionais e digitais, tendo este número aumentado para 38% em 2012. Ao invés, o recurso apenas a *medias* tradicionais diminuiu de 40%, em 2010, para 33% em 2012. No que se refere ao acesso exclusivamente via *media* digitais, verificou-se um aumento de 4%, passando de 8% em 2010, para 12% em 2012³⁵. De acordo com o estudo *The Future of Mobile News*, 43% dos inquiridos afirma que os conteúdos acedidos via dispositivos móveis são um acréscimo ao consumo de notícias nos *media* tradicionais. 31% afirma que as notícias acedidas nos *tablets* são provenientes de fontes novas, o que reforça a ideia de que quanto mais plataformas forem usadas no consumo de informação, maior é o tempo despendido com esta actividade, o que remete para um aumento no interesse em consumir notícias.

Apesar dos dispositivos móveis permitirem o acesso às notícias em qualquer lugar, verifica-se que os utilizadores não tendem a usufruir desta funcionalidade. De

³³ Cf. Quadro «The growing mobile landscape» in, *The Future of Mobile News, The explosion in Mobile Audiences and a Close Look at What it Means for News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press (2012), pp.2

³⁴ Tom Rosenstiel et altri in, *The Future of Mobile News, The explosion in Mobile Audiences and a Close Look at What it Means for News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press (2012), pp.3

³⁵ Cf quadro «But few rely solely on traditional News Platforms, except for older Americans» in, *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press, 2012, pp.10

acordo com o estudo *The Future of Mobile News*, 85% dos inquiridos detentores de *tablets*, têm preferência para aceder a conteúdos noticiosos em casa, sendo o local de trabalho a segunda escolha. É possível que seja devido ao facto de que são lugares com mais predisposição para terem ligação à internet via *wi-fi*. É preciso ter em conta que o acesso à internet via 3G - ou mais recentemente 4G - é opcional nos *tablets* e que o acesso via *wi-fi* é o meio de ligação à internet por defeito destes dispositivos.

Segundo o mesmo estudo, a consulta de conteúdos noticiosos é a acção mais praticada na utilização de *tablets*, como de *smartphones* – antecedida pela consulta do email - seguida pelos jogos, acesso a redes sociais, entre outras actividades.

Os utilizadores demonstram ter preferência em aceder às notícias via *browser* em vez de recorrer às *apps*. Dos inquiridos no estudo acima citado, no ano de 2012, 60% dos utilizadores de *tablets* manifestou a preferência pelo *browser* em detrimento das aplicações. Ao invés, 23% afirma o contrário e 16% admite usar ambos os meios. No entanto, o número de downloads de *apps* de notícias registou um grande aumento nos dois últimos anos: em 2010, apenas 20% dos utilizadores de dispositivos móveis afirma ter feito o download de *apps* deste género, enquanto que em 2012, o número aumentou para 45%³⁶.

A par do acesso à informação através dos dispositivos móveis, verifica-se a tendência do acesso a notícias através das redes sociais. De acordo com os dados do estudo efectuado pelo The Pew Research Center - *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable* - no espaço de tempo de dois anos, entre 2010 e 2012, o número de indivíduos nos Estados Unidos que acederam a notícias através das redes sociais, duplicou de 9% para 19%. A percentagem de americanos que afirmam ter conhecimento de notícias pelos títulos dos *posts* nas redes sociais quase triplicou: em 2010 era de 7% e em 2012, 20%. Este facto tem a ver com o crescimento das redes sociais - nomeadamente do *Facebook* - sendo que actualmente, quase todos os órgãos de comunicação social dispõem de uma página neste *media*.

³⁶ Andrew Kohut in, *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press, 2012, pp.22

As duas grandes tendências no acesso de notícias via *online* estão interligadas (Kohut et altri, 2012:7): as pessoas que mais tendem a consultar notícias através de redes sociais, são as que possuem *tablets* ou *smartphones*.

No que se refere ao contexto televisivo português, a transição do cenário de *low-choice environment* para *high-choice environment* foi bastante mais tardia do que nos Estados Unidos. A televisão por cabo em Portugal foi introduzida em 1994 e veio trazer uma maior diversidade programática para além da oferta dos três canais de televisão generalista: RTP, SIC e TVI.

Nos últimos anos, os canais por cabo têm vindo a conquistar audiências às televisões generalistas. Em 2001, o share *all day* era liderado pela SIC, seguido muito de perto da TVI – entre os 30 e 35%³⁷, sendo que a totalidade dos canais de Cabo e outros registava menos de 10%. Em Maio de 2012, os canais por cabo – e outros – lideraram o share *all day*, com 28,3%, seguidos pela TVI, com 27,0%.

À semelhança do cenário americano, as audiências dos canais por cabo têm vindo a aumentar e os canais generalistas a perder telespectadores. Desta forma, estes têm que adaptar-se a esta nova realidade pontuada pelas audiências fragmentadas e pelo advento dos *media* digitais. A televisão como *media* mantém-se no primeiro lugar no acesso a conteúdos noticiosos, mas tem vindo a perder espaço para as plataformas digitais. Assim sendo, os canais de televisão deixaram de estar circunscritos a este *media*, procurando expandir-se nos *media* digitais: seja *online*, via aplicações e redes sociais, no cenário actual de convergência mediática (Jenkins, 2010).

³⁷ Cf: Gráfico 2 «Share global dos canais de TV entre 2001 e 2011» in, *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra e Paz, Editores S.A., 2012, pp.25

2 | CASE STUDY: O CANAL DE NOTÍCIAS TVI24

2.1 | TVI: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO CANAL GENERALISTA

O canal TVI registou a primeira emissão a 20 de Fevereiro de 1993. Na altura, o panorama televisivo nacional era composto por apenas dois canais generalistas: a RTP e SIC (cuja primeira emissão foi a 6 de Outubro de 1992).³⁸

A estação de televisão foi fundada por entidades ligadas à Igreja Católica - Rádio Renascença, Universidade Católica Portuguesa e União das Misericórdias³⁹ - com o apoio de empresas de comunicação estrangeiras como a Antena 3 Televisión (Espanha) e Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion, entre outras. O objectivo era que a programação fosse associada aos valores da religião católica, «[...] dirigindo-se a públicos distintos – de manhã às donas de casa e idosos, à tarde aos jovens – e apostava em filmes e séries estrangeiros.»⁴⁰ O cargo da direcção de informação era ocupado pelo Padre António Rego, reforçando a ligação com a Igreja Católica. No que respeita à programação – cujo responsável era José Nuno Martins – não havia uma diferenciação relativamente à RTP ou SIC. Eram emitidos programas que abrangiam áreas diversificadas como o cinema, humor, religião, informação, concursos, *talk shows* e programação infantil. Para concorrer com as novelas brasileiras transmitidas pela SIC, a TVI emitia novelas venezuelanas.

Até 2000, a TVI manteve-se em terceiro lugar nas audiências, passando por diversas mudanças de direcção e estratégias no que se refere a grelha de emissão e conteúdos programáticos. Em 1997, a Media Capital comprou 30% da estação e Miguel Pais do Amaral assumiu a presidência do grupo. Em Setembro de 1998, José Eduardo Moniz foi convidado para o cargo de director geral do canal⁴¹, com o objectivo de ganhar audiências através de uma reestruturação dos conteúdos programáticos.

³⁸ Fonte: <http://www.gmcs.pt/pt/breve-retrospectiva-historica-20121224-161659>

³⁹ Manuel P. Ferreira *et al* in, *Tvi O turnaround até à liderança de audiências. Caso de estudo nº7*, Globalvantage – Center of Research in International Business&Strategy, 2011, pp.6-7

⁴⁰ *Ibidem*, pp. 8

⁴¹ *Ibidem*, pp.7

Após sucessivas mudanças de imagem desde a fundação do canal, a identidade gráfica foi alvo de um *rebranding* realizado pela produtora norte-americana Pittard Sullivan⁴² em 1999. O objectivo era a criação de uma imagem forte e intimista, com a predominância de cores vibrantes, com especial destaque para os tons negros, dourados, vermelhos e azuis. A identidade da marca deveria estar patente em todos os produtos do canal, desde os separadores de emissão, genéricos de programas de informação ou entretenimento e cenografia⁴³. Desde então, o grafismo do canal segue a mesma orientação estética, bem como o logótipo se mantém o mesmo.

Em Setembro de 2000, a grelha de programação sofreu grandes mudanças, sendo a mais emblemática o *reality show* Big Brother. Estas foram antecedidas por uma grande campanha publicitária que promovia uma nova TVI. O canal investiu numa aposta crescente em conteúdos de ficção com produção nacional (tais como novelas, séries de entretenimento, programas infantis e *talk shows*). A informação foi também alvo de mudanças profundas, «[...] com uma política editorial mais centrada em assuntos da vida quotidiana e no cidadão anónimo como fonte de uma informação estruturada predominantemente pelo registo emotivo.»⁴⁴ Estas mudanças realizadas espelham o discurso de José Eduardo Moniz em entrevista a Felisbela Lopes (2011): «Há algumas coordenadas que são essenciais em termos de afirmação dos canais generalistas: a informação, que lhes confere carácter; a ficção, que é a peça estrutural em torno da qual se pode começar a construir um edifício; o entretenimento, que é um factor de atracção ou rejeição de audiências[...]».⁴⁵ Assim, a TVI conquistou a posição de líder de audiências que ainda se mantém nos dias de hoje. Em 2012 registou 26,7% de share, enquanto a SIC contou com 21,8% e a RTP1 registou 18,5%⁴⁶.

Em 2005, dá-se a entrada do maior grupo espanhol de comunicação, a Prisa, no grupo Media Capital, tendo passado a proprietário da quase totalidade do capital

⁴² <http://www.adobe.com/ap/motion/gallery/pittard/>

⁴³ <http://jamescapp.com/projects/projects27.html>

⁴⁴ Felisbela Lopes in, *Novos Rumos no Audiovisual Português: O reflexo do Big Brother na Informação Televisiva*. Porto : Campo das Letras, 2007, pp.2

⁴⁵ Felisbela Lopes in, *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra e Paz, Editores S.A., 2012, pp.130

⁴⁶ Fonte: Marktest: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1ada.aspx>

da empresa.⁴⁷ No mesmo ano, a direcção de informação é alvo de uma reorganização; José Eduardo Moniz deixa de acumular os cargos de director geral e de informação, passando o testemunho desta direcção a João Maia Abreu⁴⁸.

Após oito anos pautados por sucessivas negociações com a Portugal Telecom com o intuito da abertura de um canal de notícias por cabo, o canal de notícias TVI24 regista a primeira emissão a 26 de Fevereiro de 2009⁴⁹.

Em Agosto de 2009, José Eduardo Moniz demite-se da TVI, sendo posteriormente suspenso o noticiário Jornal Nacional de Sexta, apresentado pela jornalista Manuela Moura Guedes.⁵⁰ Como consequência, a direcção de informação demite-se e em Setembro de 2009, Júlio Magalhães é convidado para ocupar o cargo de director de informação (Dantas Ferreira, 2011:12).

Júlio Magalhães não fez grandes mudanças no que respeita a conteúdos de informação, para além da contratação de comentadores de política: Marcelo Rebelo de Sousa (que tinha deixado de colaborar com a TVI em 2004), Manuel Maria Carrilho e Santana Lopes. Estes juntar-se-iam a António Perez Metelo. Para Júlio Magalhães, estas contratações «[...] vinham dar um importante contributo numa área que é de grande importância para a estação [...]»⁵¹.

Em Abril de 2011, José Alberto Carvalho – ex-director de informação da RTP – assume o mesmo cargo na TVI, e Judite de Sousa o cargo de subdirectora de informação.

A principal alteração na informação TVI incidiu na mudança do nome do Jornal Nacional para Jornal das 8. O director de informação explica a Felisbela Lopes (2012:11) a alteração nos seguintes termos: «A mudança que estamos a efectuar é para transmitir confiança aos espectadores portugueses. Para lhes transmitir a sensação de que precisam de ver a TVI para se sentirem informados e que é na TVI que têm uma equipa de jornalistas atentos, empenhados, trabalhadores,

⁴⁷ in, <http://www.mediacapital.pt/p/474/história/>

⁴⁸ <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/02/15/os-15-anos-da-tvi-2/>

⁴⁹ <http://www.ics.pt/index.php?op=cont&cid=78&sid=1652>

⁵⁰ <http://www.publico.pt/Media/manuela-moura-guedes-temos-pronta-uma-peca-sobre-o-freeport-1398953>

⁵¹ Felisbela Lopes in, *A TV dos Jornalistas*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2011, pp.32

responsáveis, equilibrados, misturando esse equilíbrio com a ousadia, com a diversificação de géneros, com a não tematização excessiva dos noticiários [...].»

José Alberto Carvalho afirma-se como «[...] entusiasta das mudanças introduzidas pelas novas tecnologias de informação, pretende que a TVI seja uma referência na transição para o universo digital [...]». ⁵² O actual director de informação considera fundamental que a televisão acompanhe o progresso dos *media* digitais, num cenário em que os canais generalistas estão a perder as audiências. O canal TVI24 tem sido desde então alvo de mudanças da parte desta nova direcção; tanto em termos estruturais e conteúdos programáticos, bem como na aposta nos novos *media*, nomeadamente nas aplicações para dispositivos móveis – sendo um factor inédito na televisão portuguesa.

A Media Capital – empresa detentora do canal TVI - tem vindo a desenvolver projectos com o intuito de expandir o canal generalista, de forma a abranger mercados ainda em crescimento no sector televisivo. Apesar de ter entrado na televisão por cabo com uns anos de atraso face à RTP e SIC, a marca TVI tem vindo a aumentar a oferta neste campo. Assim, em 2010 foi lançado o canal TVI Internacional, em 2012 a TVI ficção e 2013 a + TVI – sendo os conteúdos dos dois últimos canais relacionados com a área de entretenimento.

De modo a marcar a posição nos *media* digitais, a TVI tem uma página *web*, referente ao canal generalista e canais temáticos, com excepção da TVI24, que tem site próprio. No site tvi.pt, é possível consultar a programação, aceder a conteúdos multimédia e à emissão *live* – mediante subscrição. A aplicação TVI também se encontra disponível para *iPhone*, *iPad*, *Android*, *Windows Phone* 7 e 8. Nesta é possível aceder a vídeos de programas, partilhar conteúdos nas redes sociais, e consultar a grelha de programação. No que respeita as redes sociais, a TVI tem página no *Facebook* e *Twitter*, bem como um canal no *Youtube*, no qual são divulgados excertos de programas.

⁵² in, <http://www.tvi.iol.pt/programa/4295/artigo/1325712>

2.2 | TVI24: BREVE HISTÓRIA E POSICIONAMENTO ACTUAL DO CANAL NO MERCADO DA TELEVISÃO POR CABO PORTUGUÊS

O lançamento da TVI24 teve origem no dia 26 de Fevereiro de 2009, tratando-se de um canal de notícias com emissão 24 horas por dia. O antigo *slogan* do canal “O mundo em tempo real” prometia uma televisão mais flexível com capacidade de adaptação aos novos tempos com «[...] mais informação, mais objectividade e mais independência [...]. Uma informação de Portugal para o mundo, de todos para todos».⁵³

A emissão do canal estreou com o Jornal do Dia, apresentado por Henrique Garcia e José Eduardo Moniz - então director de informação da TVI. Henrique Garcia declarava no primeiro pivôt: «[...] um canal onde vai percorrer o mundo e saber do que se passa lá fora e cá dentro em tempo real. Independência, isenção, inconformismo, irreverência, ou seja informação 24 horas por dia, 365 dias por ano [...]»⁵⁴.

Hoje em dia, a grelha de programação é composta por noticiários, programas de debate - com incidência em temas como a política, economia, desporto ou *blogs* - e magazines com temáticas variadas como o cinema, a fotografia ou automóveis, entre outros. Os documentários e grandes reportagens também estão presentes sendo a maioria formatos estrangeiros, como os conteúdos do programa Observatório do Mundo ou CNN-Backstory. As emissões das grandes reportagens Repórter TVI têm repetição na TVI24.

O panorama nacional dos canais por cabo de notícias é composto por duas alternativas para além da TVI24: A pioneira SIC Notícias – cuja primeira emissão data de janeiro de 2001 – e a RTP Informação (ex-RTPN), que teve início em maio de 2004. Assim sendo, a TVI24 desde o início que se encontra numa posição de desvantagem perante a concorrência, nomeadamente a SIC Notícias, que já tinha uma posição vincada como líder de audiências. Para além deste facto, a TVI24 não foi distribuída

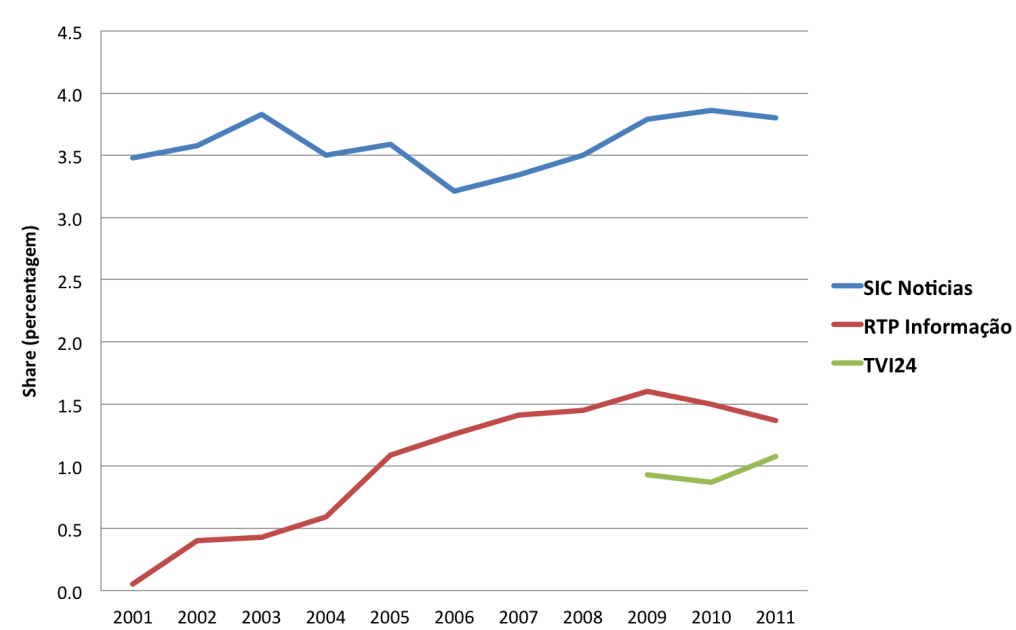
⁵³ Spot autopromocional sobre o lançamento do canal (fevereiro de 2009):
<http://www.youtube.com/watch?v=hwkcbeAJIOM&feature=related>

⁵⁴ Vídeo de Estreia do jornal do Dia TVI24 (26.02.2009):
<http://www.youtube.com/watch?v=aRsiEURhDME>

nas duas plataformas de televisão por cabo ao mesmo tempo; começou na ZON e só após um ano entrou na MEO⁵⁵.

É impossível estabelecer uma comparação do *share* dos canais de Notícias: a SIC Notícias tem quase 12 anos de emissão – sendo três exclusivos – e a RTP Informação 7 anos. A TVI24 encontra-se numa posição desfavorável perante a concorrência por ter tido menos tempo para consolidar uma estabilidade de contacto com o consumidor. De acordo com Paulo Soares - director de Audimetria e Research TVI - a posição 7 da TVI24 também não é favorável, visto serem os canais da SIC (SIC Notícias e SIC mulher) que se encontram logo após os canais generalistas. Apesar de tudo, houve a preocupação em conseguir uma posição que viesse logo a seguir a estes canais e que estivesse dentro do espaço dos 9 botões do telecomando – para haver um acesso imediato.

Figura 3 | Share dos canais de notícias 2001-2011⁵⁶



No início de 2012, o canal foi alvo de uma série de mudanças da parte da nova direcção de informação, dirigida por José Alberto Carvalho. Na peça criada para autopromover a mudança⁵⁷, o director de informação afirma o seguinte: «Temos

⁵⁵ Cf: <http://publico.pt/1452045>

⁵⁶ Fonte: Departamento de Audimetria e Research TVI

⁵⁷ Disponível nos anexos digitais

tudo novo, temos uma nova atitude, temos uma nova imagem, novos grafismos, novos cenários, novos programas. Revisitámos o nosso leque de comentadores, temos sobretudo muitas boas e novas ideias». A promessa do canal é transmitir a notícia «aqui e agora». É dada uma grande importância à actualização rápida e constante de conteúdos, bem como a proximidade com o telespectador – através da presença em multiplataformas de comunicação – *broadcast* e digitais. Assim sendo, o *slogan* anterior “TVI24. O mundo em tempo real”, foi alterado para: “TVI24. O mundo em primeira mão”.

Segundo Pedro Pinto – editor e pivô do noticiário Notícias24 – o público-alvo da TVI24 é composto por uma audiência que procura o consumo de notícias, exigindo uma maior profundidade e análise dos factos noticiosos. No que respeita os conteúdos noticiosos, existe uma diferenciação dos assuntos tratados relativamente aos jornais do canal generalista, no sentido em que há mais predisposição para temas tais como economia, política e questões mais profundas e não tanto acontecimentos mediáticos. No entanto, não existe a intenção de chegar a públicos diferentes, sendo um canal dirigido a quem consome canais de informação por cabo.

3 | TVI24: INFORMAÇÃO *BROADCAST* E *ONLINE*: A EVOLUÇÃO DO CONTEXTO DE REDACÇÕES INDEPENDENTES PARA A CONVERGÊNCIA DE MEIOS E INFORMAÇÃO.

3.1 | INFORMAÇÃO *ONLINE*: DO PORTAL DE NOTÍCIAS IOL AO SITE TVI24

Em 2000, o grupo Media Capital – cuja actividade incidia maioritariamente nas áreas de imprensa (jornais O Independente e Diário Económico), rádio (Comercial e Nostalgia) e televisão (TVI), lançou-se na internet com o portal IOL. Na altura, o SAPO era o único concorrente a nível nacional. Paralelamente ao portal IOL, foram criados dois sites de informação: o jornal desportivo *online* Mais Futebol, fundado em junho de 2000 e um site de informação geral, Portugal Diário – com início em julho do mesmo ano. Estes dois projectos tinham equipas próprias separadas, com direcções diferentes.

Em Setembro de 2000, Paulo Vaz Tomé, Rui Pedro Batista e Francisco Mendia lançam o site Agência Financeira, «[...] um jornal *online* português, especializado em economia, mercados e finanças»⁵⁸, que é posteriormente comprado pela Media Capital em 2003.

Na origem do Portugal Diário, a redacção era composta por 9 jornalistas – 7 em Lisboa e 2 no Porto – um fotógrafo e uma secretária de redacção. Em 2001, a equipa contava com 16 elementos, tendo em 2004, o número diminuído para 10⁵⁹.

O canal TVI24 e o respectivo site nascem em fevereiro de 2009 e a redacção *online* ficou encarregue do tvi24.pt e Portugal Diário, que encerrou em 2011. Com o lançamento da tvi24.pt, a redacção *online* que anteriormente estava no edifício da TVI - mas em instalações diferentes - é integrada no primeiro andar da redacção da estação de televisão. Esta mudança permitiu o acesso aos conteúdos do canal – peças, vídeos, brutos e informação relevante trocada entre os elementos da redacção. É preciso salientar que na situação anterior não havia acesso a estes mesmos conteúdos, salvo situações excepcionais.

Trata-se de uma grande mudança em termos editoriais, pois até à data, o canal de televisão e os sites coexistiam no mesmo grupo e edifício, tendo no

⁵⁸ in, <http://www.agenciafinanceira.iol.pt/artigo.html?id=826645>

⁵⁹ Fonte da informação: Media Capital Digital

entanto redacções independentes, com direcções, editorias equipas e horários diferentes.

Até janeiro de 2012, data da reestruturação da redacção *online* - que foi integrada na redacção *broadcast* - esta dedicava-se exclusivamente aos conteúdos para o site tvi24.pt, aplicações, redes sociais e *ticker*, sendo independente da redacção *broadcast*. Tanto a Agência Financeira como o Mais Futebol são organismos independentes do tvi24.pt, podendo no entanto, por vezes produzir conteúdos exclusivos para o site. Estas secções estão em permanente comunicação com o editor da redacção *online* - e no caso da Agência Financeira com o editor de economia, secção onde está aliás inserida - apesar de terem autonomia e não estarem inseridas no núcleo de produção *online*. Quanto ao Mais Futebol, afastado da redacção *broadcast* TVI, mantém uma presença muito forte na TVI24, com um programa com o mesmo nome, produzido em conjunto pelas duas redacções. Em 2011, a equipa que o produz foi integrada na redacção da TVI, na editoria de Desporto.

Segundo Luís Sobral, a intenção de José Eduardo Moniz aquando do lançamento do site, não era que o tvi24.pt fosse um espelho do canal de notícias, mas um site de informação que concorresse com sites como o Público, Expresso, Renascença ou TSF. Assim sendo, a concorrência não é restringida aos sites dos canais de notícias nacionais, mas é composta pelos principais órgãos de comunicação social, independentemente do formato original destes. Luís Sobral afirma que existe a permanente preocupação na produção de conteúdos que marquem a diferença, fazendo com que o site se torne uma mais valia relativamente ao canal de notícias TVI24 e não uma transposição dos conteúdos televisivos para *online*. Questionado sobre a orientação editorial, Luís Sobral declara que é dada primazia ao conteúdo e não à contextualização⁶⁰. O site é direccionado para a consulta de notícias no dia a dia, sendo que o factor mais importante é ter as notícias em primeiro lugar (ser o primeiro na actualização das mesmas), bem como o esforço constante na oferta de informação de qualidade.

⁶⁰No que se refere a contextualização e enquadramento de notícias, o portal IOL dispõe do serviço “Push by IOL”. Trata-se de uma página com conteúdo *premium* de notícias, tendo como público alvo as pessoas que têm um grande interesse pelas notícias.

Assim, o tvi24.pt não é um suporte do canal de notícias, na medida em que as notícias em si têm mais importância do que a divulgação da programação da tvi24. Em contrapartida, o canal tem a possibilidade de expandir as audiências através da divulgação *online* dos seus conteúdos e programação.

As aplicações TVI24 para *iPad*, *iPhone* e *iPod Touch*, foram lançadas em Fevereiro de 2011, sendo o primeiro canal de notícias português a entrar no mercado das *apps*. Estas permitem o acesso às notícias e programas anteriormente emitidos pelo canal, tendo o utilizador a possibilidade de partilhar os conteúdos noticiosos por email e redes sociais tais como o *Facebook* e *Twitter*. Actualmente também estão disponíveis aplicações para *Android* e *Nokia*.

3.2 | REESTRUTURAÇÃO DO CANAL E CONVERGÊNCIA DA REDACÇÃO *ONLINE* E *BROADCAST*

Neste ponto será estabelecido um paralelo entre a convergência da redacção da TVI relativamente à BBC News e *Rainews 24*. Neste canais, a convergência deu-se uma década antes da reestruturação da redacção TVI/TVI24, tendo ambos integrado as redacções digitais na *broadcast*. No estudo elaborado por García Avilés, *Las Redacciones de los canales «todo noticias» como laboratorio periodístico: los casos de BBC News y Rainews 24* (2006), o autor afirma que o processo começou pela digitalização da redacção, através da implementação do servidor digital, ao qual tanto as redacções *online* como as *broadcast* tinham acesso. Desta forma, o processo de produção de notícias tornou-se mais agilizado e os custos de produção foram reduzidos. A edição de notícias foi simplificada, no sentido em que num curto espaço de tempo, se tornou possível editar várias peças a partir da mesma notícia. A supervisão da parte das chefias foi bastante optimizada, no sentido em que tinham automaticamente acesso aos conteúdos produzidos, bastando para tal aceder ao servidor.

No que se refere à TVI, o processo de digitalização ocorreu no início da década de 2000, mais concretamente no ano de 2002, em que foram implementados os servidores digitais (*Quantel*), ilhas de montagem digitais (*Qcut*) e o sistema Omnibus – que permite que os conteúdos do servidor sejam postos no ar

de forma automática. Trata-se da mesma configuração existente na redacção da BBC News.

No contexto da digitalização das redacções, García Avilés (2006:91) aponta para as principais mudanças nos procedimentos da produção de notícias:

- no caso de erros ou mudanças de última hora, possibilidade de edição rápida das peças finalizadas
- processo de edição das peças mais rápido e fluido: perdem-se as longas filas de espera nas ilhas de montagem analógicas
- utilização simultânea dos mesmos planos disponíveis no servidor, sem que para tal sejam necessárias cópias , que implicavam o uso de cassetes.
- Acompanhamento e supervisão das peças da parte da chefia disponível em qualquer altura (através do acesso ao servidor)
- Acesso pelo posto de trabalho a *feeds* de agências noticiosas, programas do canal, brutos⁶¹ e material multimédia.
- Aumento do volume de produção de peças realizadas pelo mesmo jornalista, com a possibilidade de serem emitidas em *media* diferentes sem que haja necessidade de conversão (visto estarem disponíveis em formato digital).
- O facto do jornalista ter ao seu cargo a produção integral da peça pode levar a uma perda de qualidade dos conteúdos noticiosos, no sentido em que este tem menos tempo para se dedicar à produção das notícias.

Em Fevereiro de 2009, data do lançamento da TVI24, a redacção *online* foi integrada no primeiro piso da redacção *broadcast*. A grande vantagem nesta mudança física residiu na possibilidade de aceder aos conteúdos do servidor⁶² da redacção *broadcast*, dos quais *feeds* de agências noticiosas (Reuters, Lusa, etc...), bem como vivos, peças, entrevistas e reportagens. Assim, os jornalistas da redacção *online* passaram a ter acesso ao servidor digital de notícias, ao alinhamento dos jornais televisivos, bem como dispunham do mesmo equipamento para edição de

⁶¹ Denominação atribuída a filmagens não editadas

⁶² Arquivo digital de clips de vídeo tais como imagens sem edição de reportagens, peças e grandes reportagens e feeds das agências noticiosas com as quais a TVI tem acordo.

vídeo. Desta forma, o acesso ao material *broadcast* era imediato, tendo a possibilidade de ser editado e incluído nos conteúdos noticiosos *online*, sem que houvesse a necessidade de comunicação directa com a redacção *broadcast*.

É preciso salientar que anteriormente à reestruturação da redacção *online*, o site tinha autonomia editorial relativamente aos canais tvi e tvi24. Segundo Filipe Caetano - editor do site tvi24.pt - no caso de notícias importantes, muitas vezes eram imediatamente inseridos no site excertos dos directos dos jornais televisivos. Nestas situações, a redacção *online* antecipava-se e escrevia a notícia de raiz, sem que houvesse comunicação com a redacção *broadcast*, que por sua vez, também produzia a mesma notícia. Desta forma, havia frequentemente duplicação de esforços, bem como o risco de não haver uma coerência rigorosa entre os dois *media* na informação transmitida. No que se refere às notícias de última hora, anteriormente à reestruturação da redacção *online* – e no momento em que ainda não tinham sido transmitidas via *broadcast* - os procedimentos eram os seguintes: a informação era colocada no *ticker* dos jornais e o coordenador de informação ou editor do canal tvi24 era avisado por um dos membros da redacção digital.

A reestruturação - que teve lugar em janeiro de 2012 - incidiu na convergência das redacções TVI *online* e *broadcast*. A redacção *online* mudou fisicamente para o centro da redacção *broadcast*, junto da editoria de sociedade e do espaço onde está a coordenação da TVI24 e passou a ter a designação de equipa *Breaking News*.

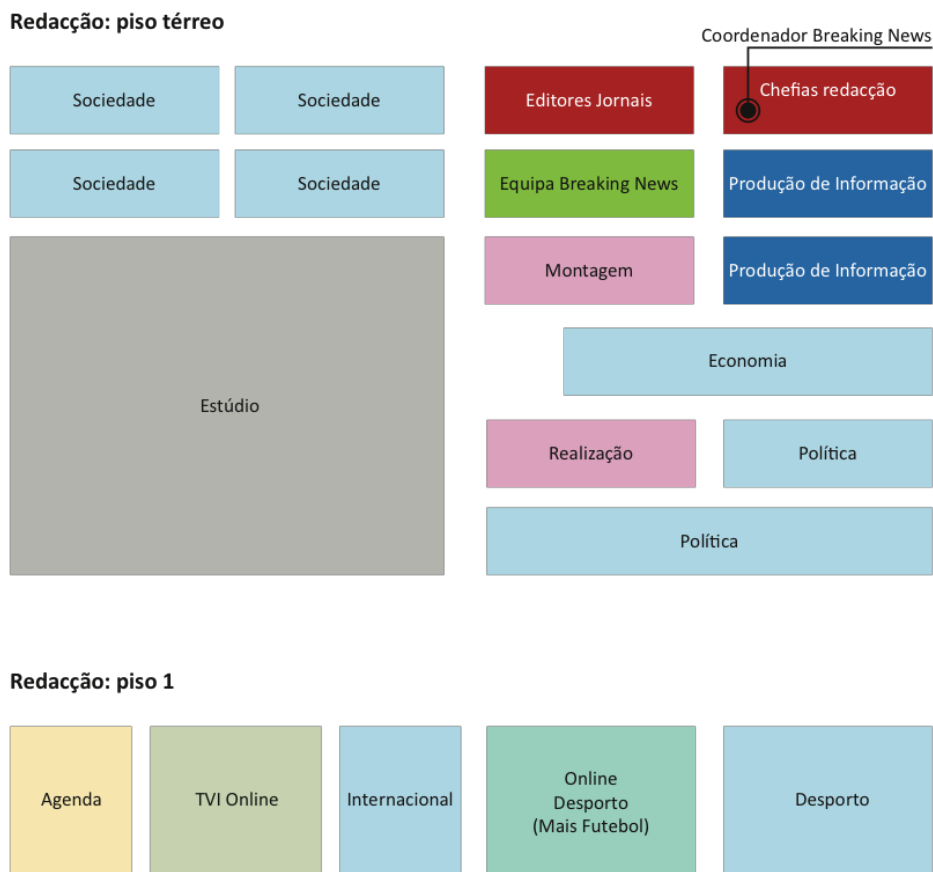
A grande diferença reside na equipa passar a fornecer apoio directo à redacção TVI e TVI24. Nas situações de notícias de última hora, as reacções imediatas que se registam no site e *ticker*, têm uma transposição mais rápida para televisão. O objectivo é haver uma comunicação mais directa, que se reflecte automaticamente numa actualização mais eficiente de notícias a nível *broadcast*, que é o objectivo principal num canal de notícias.

Segundo Luís Sobral, esta mudança de conceito reflecte-se sobretudo na aplicação do imediatismo na difusão de notícias inerente à TVI *online* na informação *broadcast*, nomeadamente no canal TVI24. É sobre esta nova organização de processos, incorporada recentemente na redacção *online* e *broadcast* que transparece nos conteúdos, analisados de forma sistemática neste trabalho de projecto.

É de salientar que no que se refere às funções desempenhadas pelos jornalistas, o processo de convergência de redacções não foi bilateral – como na redacção da BBC News ou Rainews 24. O objectivo foi integrar a equipa *online* na redacção *broadcast*, na medida em que estes jornalistas para além de trabalharem as notícias *online*, também fariam *offs* e vivos para televisão – no caso de notícias de última hora. Os jornalistas da redacção *broadcast* mantêm as mesmas funções e não cooperam com o *site*. A editoria de economia tem uma situação excepcional: os jornalistas *broadcast* publicam as peças que produzem para televisão no *site*. Segundo Judite França, estes não estão encarregues da redacção de notícias para o *site*, os vídeos publicados são destinados à secção vídeos.

3.2.1 | ESTRUTURA E FUNÇÕES DA EQUIPA *BREAKING NEWS*

Figura4| Redacção TVI/ TVI24: disposição de editorias e grupos de trabalho⁶³



No que se refere à disposição das secções e respectivos postos de trabalho da redacção, com a reestruturação das redacções *online* e *broadcast* a TVI adoptou um sistema baseado na organização circular (ou em forma de estrela) à semelhança de outros órgãos de comunicação social, tais como a CNN. Desta forma, a chefia da redacção ocupa um lugar de destaque. A equipa *Breaking News* encontra-se junto a esta e o posto da produção de informação, sendo o objectivo facilitar a comunicação entre secções e agilizar o processo de reacção às notícias.

Segundo Luís Sobral, tanto o site como os canais (TVI e TVI24) têm coordenadores cuja função, sumariamente, reside em decidir entre os inúmeros

⁶³ Fonte: Elaboração própria

acontecimentos do mundo no que será transformado em notícia, bem como o lugar que ocupará no site ou jornal televisivo. A convergência das redacções permitiu a união das coordenações *online* e *broadcast*. Não se tratou apenas de uma mudança física, mas de estabelecer uma coerência entre o site e a televisão. Deste modo, o pretendido era que a equipa que anteriormente trabalhava para o site, tivesse também a capacidade para responder às necessidades do canal em momentos de última hora, uma constante num canal de notícias.

Assim sendo, foi criada entre as duas estruturas a figura do coordenador *Breaking News*. A função deste tem duas vertentes:

- A primeira é o acompanhamento sistemático da actualidade, seja nas agências de informação (como a Lusa ou Reuters), seja nos sites, canais de notícias e redes sociais. Este trabalho é feito em parceria com o editor do site.
- A segunda vertente incide na comunicação com a redacção. Para Luís Sobral (coordenador *Breaking News*), é muito importante ter o entendimento que o editor das secções que integram a redacção está mais informado sobre a actualidade da sua secção que o coordenador. É essencial a boa comunicação com as editorias; na medida em que o coordenador *Breaking News* tem que estar a par da actividade de cada uma destas, bem como estar inteirado dos conteúdos produzidos para os jornais.

No início do dia, o coordenador *Breaking News* comunica com todas as secções da redacção e inteira-se do que estão a fazer. Seguidamente, quando há um acontecimento que proporcione uma notícia de última hora, é preciso decidir a forma de dar a notícia. Neste caso, é o coordenador *Breaking News* que a transmite directamente ao editor do jornal, accionando também a equipa de *ticker*, assim como o editor da plataforma *online*. Anteriormente, era o editor da respectiva secção da redacção que o fazia, cabendo actualmente este papel ao coordenador *Breaking News*, que faz a ponte das secções com o editor do jornal e com o *online*. No caso do noticiário estar no ar, comunica directamente para a régie.

À semelhança do posto de coordenador de *Breaking News*, os canais de notícias BBC News e Rainews 24 dispõem de *Media Managers* (Garcia Avilés:2006). Trata-se de um jornalista cuja função passa pela «[...] gestão do fluxo da criação de notícias e solucionar eventuais imprevistos durante a emissão. Mantém-se em contacto permanente com a realização dos programas informativos, de modo a ter conhecimento e dar parte de quaisquer incidências. O *Media Manager* organiza o trabalho da redacção para que o recurso a conteúdos noticiosos digitais seja o mais eficaz possível. Está a par das prioridades das principais editorias e distribui as tarefas em função destas. Trata-se de um jornalista com uma grande experiência na produção de notícias, bem como das questões técnicas relativas ao processo,[...] tendo conhecimento de todas as necessidades e meios disponíveis.»⁶⁴

3.2.2 | COORDENAÇÃO *BREAKING NEWS*: PROCEDIMENTOS DIÁRIOS

O dia inicia com acontecimentos de agenda programados (tais como sessões de parlamento, conferências de imprensa previstas, entre outros). A primeira questão colocada a cada um dos editores das secções da redacção pela coordenação é se tem meios para fazer a cobertura dos acontecimentos respectivos em tempo real. Caso alguma editoria não tenha recursos para garantir a cobertura de um respectivo acontecimento, o *Breaking News* tenta assegurar que haja informação no ar, podendo ser com recurso a vivos, *leads* ou informação no *ticker*.

Quando há “imprevistos”, que são sistemáticos, é decidido se a equipa *Breaking News* assegura a notícia de última hora e quando passa a pasta à respectiva editoria. Segundo Luís Sobral, estes procedimentos são muito conversados e requerem uma boa articulação entre as diferentes equipas da redacção.

No que se refere a turnos e horários de trabalho, a coordenação *Breaking News* dispõe de dois turnos: das 8h30 às 13h30 e das 13h30 até ao fim do jornal das 8. No período nocturno há menos acontecimentos, sendo a comunicação estabelecida directamente entre o editor dos jornais da TVI24 e o coordenador do site que estiver de serviço. A Agência Financeira é a equipa da redacção *online* que

⁶⁴ José Garcia Avilés *Las redacciones de los canales "todo noticias" como laboratorio periodístico: los casos de BBC News 24 y Rainews 24*. Barcelona: Trípodos. com: revista digital de comunicació, (19), 2006, pp. 90-91

começa mais cedo o dia de trabalho, tendo um turno com início às 7 horas da manhã. O dia da equipa *Breaking News* inicia às 8 horas da manhã e a secção do Desporto – Mais Futebol – às 9h, sendo a que termina mais tarde; por volta da 1h30 da manhã.

3.2.3 | A NOTÍCIA DE ÚLTIMA HORA NA TELEVISÃO

Segundo Luís Sobral, a notícia de última hora pode ser transmitida de três modos:

- **em *ticker*:** Esta função é da responsabilidade da equipa *Breaking News*, estando ao cargo de uma pessoa cujo posto de trabalho se situa ao lado do coordenador do site. O jornal continua com o seu alinhamento pré-definido, sem alterações.
- **em *pivôt solto*:** Trata-se de uma notícia dada sem imagem, lida apenas pelo pivôt. Implica uma quebra no fluxo normal do alinhamento, interrompendo a narrativa do jornal. Como exemplo, pode estar a decorrer o bloco de desporto e a notícia ser do foro político ou internacional. Adicionalmente ao pivôt solto é criado um *lead* de suporte de forma a enquadrar a notícia. Quem a escreve e insere no alinhamento é o coordenador da equipa *Breaking News*. Se for conveniente, o pivôt pode voltar a interromper o alinhamento - caso se justifique - para adicionar mais pormenores.
- **Off:** Na equipa de *Breaking News*, existem duas pessoas destacadas para *offs* e vídeos. Nestes casos, enquanto o coordenador está em comunicação com o pivôt ou editor do jornal - ao mesmo tempo que prepara o pivôt solto - os elementos da secção *offs* e vídeos já estão a preparar imagens do acontecimento para pintar o *off*. Estas podem ser obtidas seja por recolha de imagens de arquivo, de agências de informação, outros canais de televisão – cujo sinal possa ser posto em directo – ou por outros meios. O ideal é que na segunda intervenção do pivôt seja um *off* - mesmo que as imagens sejam de arquivo - que acaba por ser a situação mais frequente. A secção *offs* e vídeos continua a trabalhar na notícia até haver imagens da notícia,

passando depois o testemunho para outro departamento dentro da mesma equipa que vai actualizando o *off*. O passo que se segue é conseguir obter uma declaração de um interveniente ao telefone, sendo também da responsabilidade da equipa *Breaking News* estabelecer esse contacto.

Após o momento em que a notícia deixa de ter um carácter de última hora, é entregue à editoria respectiva. Luís Sobral considera que a equipa *Breaking News* deve ter a capacidade de resposta a qualquer acontecimento que seja pertinente, mas não é especializada. Acrescenta que esta deve saber reagir aos acontecimentos e transmiti-los, mas quando se trata de aprofundar e desenvolver a notícia, esta tarefa cabe à editoria a que se refere. Este procedimento não impede que a equipa *Breaking News* continue a acompanhar a mesma notícia e a pôr conteúdos no ar, sem esquecer a comunicação constante com o editor da editoria referente.

3.2.4 | A NOTÍCIA DE ÚLTIMA HORA *ONLINE*

Nos *media online* e *broadcast*, são utilizadas ferramentas e linguagens diferentes para editar a notícia. Na edição para televisão, é utilizado na TVI (e TVI24) o *I-News*, no qual é criado o alinhamento do respectivo jornal, juntamente com os textos dos pivôts e *offs*, bem como os endereços das peças alocadas no servidor digital de notícias. No que se refere aos conteúdos *online* - seja o site TVI24 ou aplicações - é usado um *backoffice*; uma base de dados, na qual é feita o *upload* para as plataformas *online*, dos textos, fotos e conteúdos multimédia, bem como a respectiva associação a categorias (secções) e palavras chave (*tag*).

Aquando de uma notícia de última hora, estas diferenças implicam que enquanto o coordenador da equipa BN esteja a redigir um pivôt solto ou *off* para o *I-News*, esteja outro elemento da equipa – de apoio ao coordenador do site e dedicado em exclusivo a este *media* – a redigir a notícia de acordo com o que está no *I-News* para a plataforma *online*, procedendo posteriormente ao desenvolvimento da mesma notícia. Trata-se de dinâmicas diferentes coordenadas pela mesma pessoa, facto que resulta numa coerência da informação transmitida, transversal nas diferentes plataformas, seja *online* ou *broadcast*.

4 | A RELAÇÃO ENTRE CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS E PLATAFORMAS DE DISTRIBUIÇÃO: A INFORMAÇÃO TVI24 NAS PLATAFORMAS *BROADCAST*, *ONLINE* E *FACEBOOK*

Este capítulo tem como objectivo a análise das diferentes plataformas de comunicação existentes no canal de notícias TVI24 e de que forma são formatados os conteúdos noticiosos tendo em conta as características dos respectivos *media*.

Após a definição do objecto de estudo – os conteúdos noticiosos do canal TVI24 - foi necessário perceber de que forma seria feito o levantamento dos dados e a respectiva análise destes. No que respeita a plataforma *broadcast*, a ideia inicial consistia no levantamento dos jornais televisivos da hora de almoço e jantar (em formato de vídeo), no espaço de uma semana.

Filipe Caetano – editor do site tvi24.pt – sugeriu que a escolha incidisse no Notícias24 das 19h00 e no 25ª Hora, por se tratarem de jornais com maior predominância de conteúdos com produção para o canal TVI24 e não para os noticiários da TVI.

Simultaneamente seria feito o levantamento da informação transmitida no site, de uma aplicação para dispositivos móveis (*iPad*) e uma rede social (*Facebook*). Visto tratarem-se de dados *online*, foram efectuados *printscreens*, em média de duas em duas horas, às páginas e secções a analisar de forma a poder catalogar a informação recolhida. O espaço temporal foi de uma semana (cinco dias úteis), de 16 a 20 de Abril de 2012. O fim de semana foi excluído devido ao facto de por norma haver menos produção de notícias, visto serem dias de descanso.

Trata-se de uma análise na qual é difícil criar padrões, visto estar directamente relacionada com a actualidade informativa, bem como o espaço de tempo definido ser bastante curto. Deste modo, não é possível definir resultados concretos, mas apenas tendências. É de salientar que apesar da reestruturação da redacção datar de Janeiro de 2012 e a recolha de informação para o trabalho de projecto ter sido efectuada em Abril, ainda decorriam ajustamentos, sobretudo ao nível das redes sociais. Independentemente das mudanças ocorridas, é impossível estabelecer padrões e regras visto o objecto de estudo serem as notícias – que estão

relacionadas com acontecimentos diários – produzidas por uma organização em constante mutação.

Em Janeiro de 2013, no decorrer da redacção deste trabalho de projecto, o site tvi24.pt foi alvo de mudanças. Estas deram-se tanto ao nível da identidade corporativa – através do design mais limpo, com predominância de tons negros, vermelhos e dourados em fundos brancos – bem como no *layout* do site e inserção de novas funcionalidades. Devido ao facto do levantamento de dados para análise ser datado de Abril de 2012, a análise do site não contempla estas mudanças.

4.1 | INFORMAÇÃO BROADCAST TVI24: ANÁLISE DE NOTICIÁRIOS

Os jornais televisivos do canal de notícias TVI24 analisados neste trabalho de projecto são o bloco de informação Notícias24 (19 horas) e o jornal 25ª Hora. Tendo ambos emissão durante o horário *prime* da televisão por cabo – fim de tarde e *late news* - apresentam estruturas e conteúdos bastante diferentes.

O Notícias24 é um bloco de informação emitido de hora a hora, cujo principal objectivo é manter o telespectador a par dos factos que marcam a actualidade, sendo o «(...) slogan: Notícias em tempo real (...)».⁶⁵ A emissão de informação em directo tem um grande destaque, de modo a transmitir o imediatismo da notícia, em permanente actualização. O programa tem uma duração média de 60 minutos e é emitido de segunda a sexta-feira às 11h, 12h, 14h, das 16h às 19h e por fim, às 21h.

O 25ª hora é um noticiário que faz uma retrospectiva das notícias que marcaram a actualidade do dia que passou, mas tenta também antecipar o dia seguinte. É emitido todos os dias, à meia-noite. Com uma duração média de 1h30, aposta no espaço de opinião, revista de imprensa – com os principais títulos dos jornais e sites de informação – e uma crónica diária, O Jardim das Notícias. Dentro da oferta programática da TVI24, trata-se do jornal que estabelece mais relações com os diferentes meios de comunicação tais como a imprensa e *media* digitais.

4.1.1 | NOTÍCIAS24 (19 HORAS)

⁶⁵ <http://www.tvi24.iol.pt/programa/3473>

O conceito para os blocos de informação Notícias24 reside na oferta de notícias em permanente actualização. Segundo Pedro Pinto – editor e pivô do Notícias24 das 19 horas – o objectivo de um canal de notícias é estar em permanente ligação com o que está a acontecer no momento. Como tal, não se trata de transmitir a notícia que mais marca a actualidade diária – sendo essa função remetida para os jornais generalistas, que estabelecem uma hierarquia por ordem de importância, relevância e proximidade – mas o que está a acontecer naquele instante.

Assim, as notícias de última hora ganham destaque relativamente a factos que possam ter mais importância, mas que sejam menos actuais. Devido ao facto de serem quatro noticiários seguidos, é difícil que haja constante produção de peças com conteúdos novos. Desta forma, é a capacidade de acompanhar ao minuto a actualidade, através de directos, reacções e *offs* realizados durante o decorrer do jornal, que permitem refrescar a informação. O espaço de opinião é muito importante, como forma de revitalizar os factos noticiosos através de um olhar de um especialista que traz uma abordagem diferente do acontecimento seja através da explicação do mesmo, seja por uma contextualização ou até antevisão do que possa suceder. O jornal não possui comentadores fixos, são convidados consoante os temas da actualidade, sendo o critério da escolha baseado no domínio ou envolvimento no assunto comentado.

Segundo Pedro Pinto, a notícia de abertura do Notícias24 mais provável trata-se da reacção ao acontecimento e não a notícia deste. De seguida pode então ser feita a contextualização com a transmissão da respectiva notícia. As notícias são alinhadas segundo o critério da novidade da informação. Assim sendo, é difícil definir uma estrutura para o alinhamento de notícias relativamente ao tema/editoria destas. Este facto confirma-se nos jornais analisados, nos quais não se verifica um padrão no alinhamento relativo às temáticas das peças, com excepção para a rubrica Desporto 24, com emissão a meio do noticiário.

Relativamente às notícias de abertura dos cinco jornais analisados, as peças dos dias 16.04 e 20.04 são actualizações de notícias do dia - que também foram

manchete do site e *app* tvi24. Nos restantes dias (17, 18 e 19 de abril), as peças de abertura do Notícias24 tratavam-se de notícias de última hora⁶⁶.

Todos os jornais contaram com comentadores convidados, à excepção do dia 19. Este noticiário foi pontuado por mais intervenções em directo de jornalistas em notícias que estavam em actualização: os protestos no Bairro da Fontinha (devido ao despejo do movimento Es.Col.A) e nos momentos que antecederam o Jogo Sporting-Atlético de Bilbao.

Questionado sobre uma possível relação de conteúdos entre o Notícias24 e o site tvi24.pt, Pedro Pinto afirma que há a preocupação a nível teórico, existindo uma vontade e interesse em integrar os conteúdos televisivos e *online*. Infelizmente, esta ainda não é transposta na prática, mas será sem dúvida o caminho a fazer.

4.1.2 | 25ª HORA

O conceito do jornal é fechar o dia que passou e preparar os telespectadores para o dia que se segue. Segundo João Maia Abreu, editor e pivô do 25ª Hora, é feita uma retrospectiva das notícias com mais importância do dia anterior, sobretudo as mais actuais do fim de tarde e noite, bem como a antevisão do que se passará no dia seguinte. São contempladas rubricas com conteúdos exclusivamente provenientes de meios de comunicação diferentes, tais como a imprensa, sites de informação e redes sociais.

Trata-se de um jornal que privilegia directos de momentos que marcam a actualidade nacional e internacional, recorrendo por vezes ao sinal directo de agências noticiosas, como a Reuters.⁶⁷ Existe o cuidado constante em tentar usar o mínimo possível de imagens de arquivo. Aproximadamente a meio do 25ª Hora, é emitida a rubrica **Jardim das Notícias**. Segundo João Maia Abreu, é uma crónica de escárnio e mal dizer, na qual é feita uma paródia das notícias que marcaram o dia, sendo uma lufada de ar fresco na informação. Esta rubrica também é alvo de muitos

⁶⁶ Cf. Anexos digitais, documento Análise Media, quadro 19 *Estrutura Jornais*

⁶⁷ João Maia Abreu deu como exemplo a questão dos conflitos entre Israel e Palestina, em Novembro de 2012. Todos os dias era transmitido o sinal *live* da agência Reuters, que mostrava imagens das ruas de Gaza à noite. Durante as eleições presidenciais americanas, também eram transmitidas excertos de debates dos candidatos presidenciais em directo.

comentários no *Twitter*. Após o fim do jornal, o vídeo do **Jardim das Notícias** é colocado *online* no site tvi24.pt e nas aplicações.

O público-alvo do 25ª Hora é composto pelas pessoas que consomem notícias na televisão por cabo ao fim da noite. Trata-se de um público tendencialmente mais jovem, com idades compreendidas entre os 20 e 50 anos, com interesse em estar actualizado, sendo diferente da audiência típica do canal generalista.

Aquando da recolha dos vídeos dos noticiários para análise (Abril de 2012), o 25ª Hora dispunha de um comentador diferente todos os dias, que fazia a análise dos acontecimentos que marcaram a actualidade diária. Segundo João Maia Abreu, a diversidade de comentadores era um aspecto muito positivo do jornal, pois permitia uma abordagem de especialistas sobre temáticas diversas, bem como opiniões com tendências partidárias diferentes. O comentador acabava por fazer uma síntese dos factos com mais importância do dia, bem como fazia a antevisão do que se passaria no dia seguinte dentro dessa mesma temática. Estes comentários geravam reacções nas redes sociais, sobretudo no *Twitter*, nas quais os telespectadores comentavam as intervenções no momento, bem como os próprios comentadores que muitas vezes anunciavam o tema sobre o qual iam falar no jornal. Como a programação dos três canais de notícias nacionais que antecedem o 25ª Hora são programas de debate, com temáticas diferentes, João Maia Abreu afirma não fazer sentido que o 25ª Hora tenha um espaço semelhante.

A rubrica **Sala de Imprensa** consiste na divulgação das primeiras páginas do dia seguinte e respectivas manchetes, bem como os títulos mais importantes de alguns jornais tais como o Público, i, Jornal de Negócios, Diário Económico, Jornal de Notícias e Correio da Manhã. São também divulgadas *homepages* de sites internacionais, sendo que os conteúdos informativos destacados, referem-se a temáticas que foram previamente abordadas no 25ª Hora, ou notícias sobre a actualidade portuguesa. Para João Maia Abreu, é importantíssimo fazer este cruzamento entre os *media* nacionais e estrangeiros, seja para transmitir uma visão mais global da actualidade ou divulgar do que se fala sobre Portugal no estrangeiro.

A rubrica **Twitter** destaca 3 ou 4 citações de figuras públicas relacionadas com a actualidade.

Nos **Melhores Comentários Ao Longo Do Dia**, são seleccionados comentários dos espaços de opinião existentes na programação diária do canal TVI24: do Diário da Manhã ao 25ª Hora.

O **Vídeo Do Dia** é geralmente proveniente de sites como o *Youtube*, *The Sun* ou sites de informação franceses. **A Foto Do Dia** tem sido quase sempre relacionada com temáticas como a ciência ou espaço.

Relativamente ao alinhamento das peças - ao contrário do Notícias24 – o 25ª Hora tem uma estrutura definida, também devido ao facto de ter várias rubricas fixas. João Maia Abreu definiu-a do seguinte modo:

- A notícia da noite abre o jornal, podendo ser composta por uma peça, duas peças, uma peça e um *off* ou uma peça, um *off* e um directo.
- Quatro destaques sobre os assuntos mais importantes do jornal, entre eles um destaque para o **Jardim das Notícias**. Os destaques são lidos pelo pivô, que se apresenta num plano médio com imagens projectadas no cenário virtual.
- Temas que marcaram a actualidade da noite ou fim do dia
- Notícias do foro político e económico
- **Jardim das Notícias**
- Actualidade Internacional, sociedade e desporto
- **Sala de Imprensa**
- Intervalo
- Repetição da notícia da noite com actualização⁶⁸
- Peças diversas
- **Os Melhores Comentários Ao Longo Do Dia**

⁶⁸ Cf. Anexos digitais, documento Análise Media, quadro 19 *Estrutura Jornais*

- Peças diversas
- Citações **Twitter**
- **Vídeo Do Dia**
- **Fotografia Do Dia**

Assim sendo, o 25ª Hora apresenta-se como um noticiário dinâmico, que procura o cruzamento entre meios de comunicação sociais diferentes - televisão, imprensa escrita e *online* - através da integração dos conteúdos em rúbricas fixas no jornal. No que se refere à abordagem informativa esta não tem um tom constante, as peças são intercaladas com crónicas (**Jardim das Notícias**), excertos de debates dos programas emitidos anteriormente e intervenções de comentadores.

Ao ser questionado sobre uma maior divulgação de conteúdos do jornal no site tv24.pt ou a situação inversa, João Maia Abreu refere que iria exigir um esforço acrescido em termos de organização e mais elementos na equipa que produz o noticiário – que é bastante reduzida. Tanto a fotografia como o vídeo do dia, bem como os *tweets* da rúbrica **Twitter** não são provenientes do site, sendo seleccionados pela equipa que produz o jornal.

4.1.3 | ELEMENTOS GRÁFICOS (INFOGRAFIA) DE APOIO ÀS NOTÍCIAS

Num noticiário televisivo, o universo visual é extremamente importante como veiculador de conteúdos. Hoje em dia, a linha gráfica de um jornal é representada por muito mais elementos do que o genérico de abertura. A linha gráfica, para além de ser o espelho da identidade corporativa do canal, é um meio condutor de informação dotada de várias funções.

Os separadores têm como função criar espaços distintos dentro do alinhamento e estabelecer uma ordem na narrativa do jornal. Os destaques permitem promover os conteúdos com mais importância, de forma a que o telespectador não mude de canal. Os *leads* e oráculos têm um papel indetificador e contextualizam as peças, para além de permitirem um entendimento do que se está a falar, sem ser necessário som. É de salientar a importância crescente da cenografia virtual que para além de possibilitar a recriação de estúdios de informação – ou

quaisquer outros espaços – possibilita a inserção de grafismos e vídeos em directo, que acompanham os movimentos de camera bem como os do pivôt.

Na análise dos conteúdos informativos dos jornais é fundamental perceber que informação é transmitida nos grafismos que compõem a linha gráfica do noticiário. Como exemplo, os *leads* contêm dados relativos às peças ou a identificação de quem está no ar, mas também transmitem em simultâneo informações de trânsito, bolsa ou meteorologia. Visto o objectivo ser analisar a forma como os conteúdos noticiosos são transmitidos via *broadcast* e *online*, é necessário considerar todos os meios de expressão integrados no jornal.

Assim sendo, ambos os noticiários - Notícias 24 e 25ª hora - têm como abertura destaques/separadores com acontecimentos mais recentes que marcaram a actualidade. Trata-se de uma edição de imagens (com cerca de um minuto de duração), que antecede o genérico de abertura do jornal. Os destaques são compostos por uma imagem referente ao assunto – por regra sem movimento devido ao tempo reduzido de cada separador – título e subtítulo e mapa com localização da notícia – país e cidade. São contempladas diversas categorias de notícias, desde internacional e política, ou *fait divers*. Através dos destaques é reforçada a ideia de actualização permanente de conteúdos – intrínseca num canal de notícias.

Imediatamente após o genérico de abertura, é lançado o *ticker*⁶⁹. Trata-se de um organismo vivo que sofre alterações constantes de acordo com os factos e importância destes no âmbito da informação. Existe a preocupação para que a informação dada não seja demasiado extensa. O *loop* tem uma duração média de 10 minutos. De acordo com o material analisado, este mantém-se praticamente idêntico ao longo do jornal, havendo poucas actualizações ou inserções de novas notícias.

A informação transmitida pelo *ticker* está organizada nas seguintes categorias:

- Sociedade
- Saúde

⁶⁹ Cf: Anexo 1

- País
- Economia
- Tecnologia
- Mundo (Internacional)
- Cultura
- Última Hora
- Imprensa no Discurso Directo (programa com emissão após o Diário da Manhã) na Revista de Imprensa – principais títulos com referência aos respectivos jornais, bem como na 25ª Hora na Sala de Imprensa
- promoção de programas TVI24
- Notícias TVI: Grande reportagem e investigação TVI.
- Exclusivo TVI e TVI24; entrevistas com comentadores: Marcelo Rebelo de Sousa, Marques Mendes, entre outros.

Apesar do *ticker* ser parte integrante dos jornais, é editado pela equipa *Breaking News*. Antes da reestruturação da redacção, era o único meio de ligação – em termos de conteúdos - entre a redacção *online* e a redacção *broadcast*. De acordo com a análise dos jornais e site, é o único meio de expressão e promoção do site nos jornais, seja pelo conteúdo – transposição da maioria dos títulos do site, seja como chamada de atenção para o próprio site (tvi24.pt aparece alternadamente com as categorias do *ticker*.)

Os *leads*⁷⁰ – oráculos com títulos e informação relativa às peças – ajudam a uma maior contextualização do tema da notícia, nomeadamente quando o telespectador liga a televisão a meio de um pivôt, *off* ou peça. No Notícias24, os *leads* contemplam informações adicionais à direita, tais como previsões meteorológicas, trânsito e cotações da bolsa. Estes são *postos* no ar por pares no início de cada peça: o primeiro contém o título desta (ex. Acidente em Viseu) e o segundo, denominado como *lead* de desenvolvimento, tem a opção de ter um título

⁷⁰ Cf Anexo 2

numa primeira linha e texto nas duas linhas seguintes (ex. Acidente em Viseu/Dois feridos graves em acidente que envolveu um comboio e carrinha)⁷¹. Relativamente às opções gráficas, existem duas categorias genéricas: os *leads* gerais - associados à linha gráfica do noticiário em questão - e os de última hora ou *mega-leads*⁷² – maiores e com cores diferentes. Os *leads* gerais têm a opção de serem temáticos com uma imagem de fundo associada à peça.

As janelas ou *over the shoulder*⁷³ são uma composição de imagens - que ilustram o tema da notícia - projectadas no lado esquerdo do pivôt no início da peça, acompanhadas do *lead* com o título. Trata-se de uma forma de salientar determinadas peças durante o jornal, visto o número de janelas por jornal ser reduzido. Estas também podem projectar vídeo no caso de directos. Desta forma, existe um maior aproveitamento de espaço útil, sendo possível manter o plano do pivôt, sem recorrer às bases de grafismo de directo - nas quais são inseridos o vídeo do pivôt de um lado e do outro o do jornalista em directo.

Os destaques **A seguir** são um *teaser* das peças com mais importância, comentários e rúbricas do 25ª Hora. São geralmente emitidos quatro de cada vez, com projecção no cenário virtual, ao lado do pivôt. São compostos por uma edição de imagens com título em oráculo, acompanhada por uma breve introdução feita pelo mesmo. Trata-se de uma forma para evitar que o espectador mude de canal enquanto espera pelos conteúdos preferenciais.

Dos elementos gráficos acima descritos, o *ticker* e os *leads* tiveram o papel mais importante na análise da informação transmitida nos *media broadcast* e *online*. Para além de identificarem as pessoas e assuntos abordados, sintetizam as notícias transmitidas. O *ticker* contém uma selecção de notícias que marcam a actualidade diária. É o meio que garante a transmissão contínua de informação de última hora sem que haja uma interrupção da emissão. Permite também a actualização de notícias que estejam a acontecer na hora, mantendo o espectador informado, sem que seja necessário interromper a narrativa do jornal. É também um suporte de

⁷¹ In, Notícias24 (19h), com emissão de 17.04.2012 - *timecode* 19:00:08:04.

⁷² Cf Anexo 3

⁷³ Cf Anexo4. Termo utilizado pela Redacção e Departamento de Grafismo TVI. A *janela* também pode ser denominada como *bolacha* (designação mais frequente nos canais SIC e RTP).

auto-promoção da programação televisiva da TVI24, bem como a única chamada de atenção existente nos noticiários para o site tvi24.pt.

No início de cada peça, é inserido o *lead* com o tema (geral) desta, seguido do título e descrição sumária da notícia. Pode haver recurso a mais *leads* durante a peça, seja para destacar informações, para promoção de conteúdos, para contextualização – nas peças com maior duração.

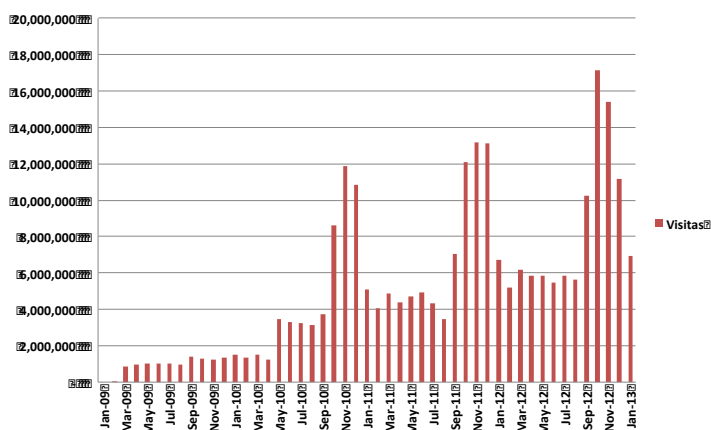
O levantamento de conteúdos noticiosos dos jornais foi realizado com recurso aos *leads*, devido ao facto de não ter sido possível aceder aos alinhamentos do Notícias24 e 25ª Hora.

4.2 | INFORMAÇÃO ONLINE: SITE, APP E REDE SOCIAL FACEBOOK

4.2.1 | O SITE TVI24.PT

O site tvi24.pt tem como objectivo fornecer informação geral, contemplando diversas áreas temáticas: dos assuntos políticos e económicos ao cinema, passando pelo desporto e notícias sobre celebridades. Deste modo, procura abranger dois públicos diferentes: os indivíduos que têm mais interesse por temas relacionados com entretenimento - ou apenas pretendem consultar o trânsito ou a meteorologia - e os que têm preferência por conteúdos relativos a economia, sociedade, política ou notícias do foro internacional.

Figura 5 | *Page Views* do site tvi24.pt entre 2009 e 2012⁷⁴



⁷⁴ Fonte: Dados fornecidos por Media Capital Digital

O site tvi24.pt consiste num site de informação e não um portal - não oferece serviços como e-mail, classificados entre outros – e alberga os seguintes sites de informação:

- Agência Financeira (*link* Economia)
- Maisfutebol (*link* Desporto)
- Lux.pt (site da revista, *link* Celebridades)
- Música (*link* Música)
- Cinebox (*link* Cinema)

Estes sites de informação especializada têm uma identidade corporativa própria, mas mantêm uma ligação ao site da tvi24.pt, sobretudo no final da primeira página, em que estes conteúdos albergam destaques para notícias de âmbito geral, remetendo para o *url* da tvi24.pt. A Agência Financeira, o Mais Futebol e a Lux abrem numa nova janela no browser; os últimos dois são editoriais no site tvi24.pt, mantendo o mesmo ambiente e a mesma linha gráfica.

A composição da *homepage* do site tvi24.pt tem uma estrutura semelhante à maioria das primeiras páginas de sites de jornais e de órgãos de comunicação social: A manchete tem um grande destaque, (sempre com uma imagem associada) e o título e sub-título apresentam um corpo de letra maior. A área visível da *homepage* (sem recorrer ao *scroll*) divide-se em três colunas verticais:

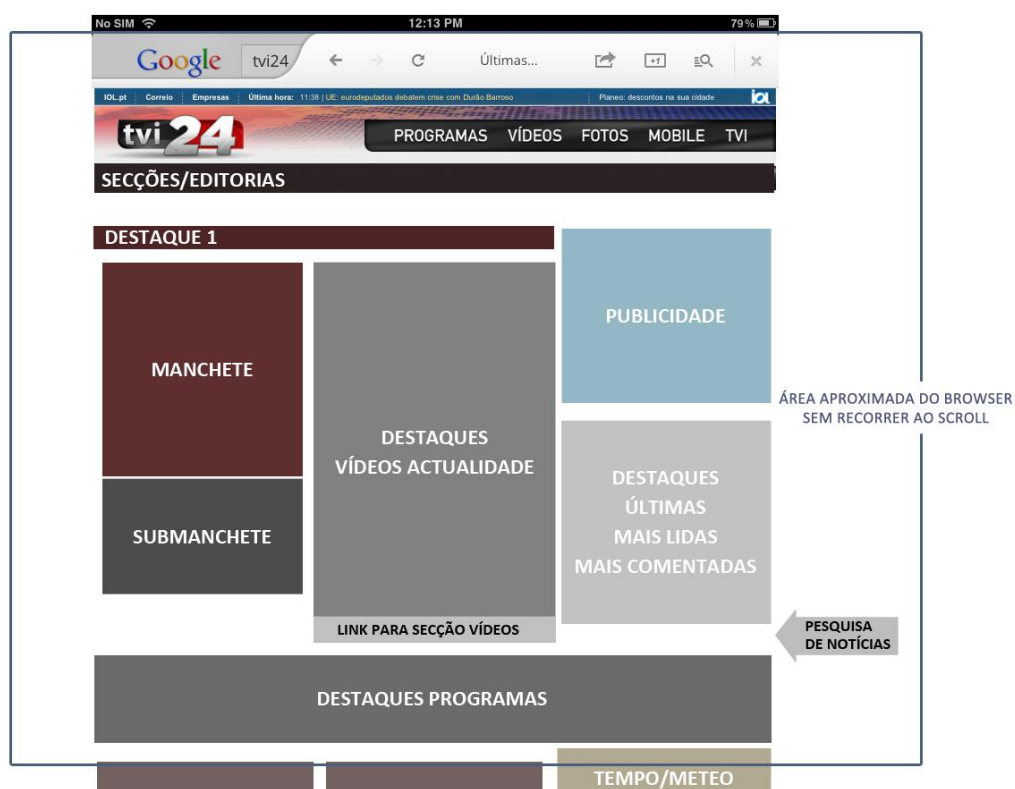
- Manchete e títulos em submanchete
- (últimos) **Vídeos Actualidade**: Os vídeos destacados, são os últimos a terem sido inseridos no site. No canto inferior direito destes destaques, encontra-se um *link* para a secção *vídeos*
- Sub-menu com notícias de última hora – **Últimas**, + **Partilhadas** (com *links* que remetem para a página do canal no *Facebook*), + **Comentadas**, e + **Lidas**.

Sendo o principal objectivo do site tvi24.pt (bem como do canal de televisão) divulgar a informação em primeira mão, os conteúdos mais recentes têm um grande

destaque na *homepage*: acima da manchete encontra-se um destaque para uma notícia – na maioria dos casos de última hora – bem como uma coluna com as **Últimas (notícias)**.

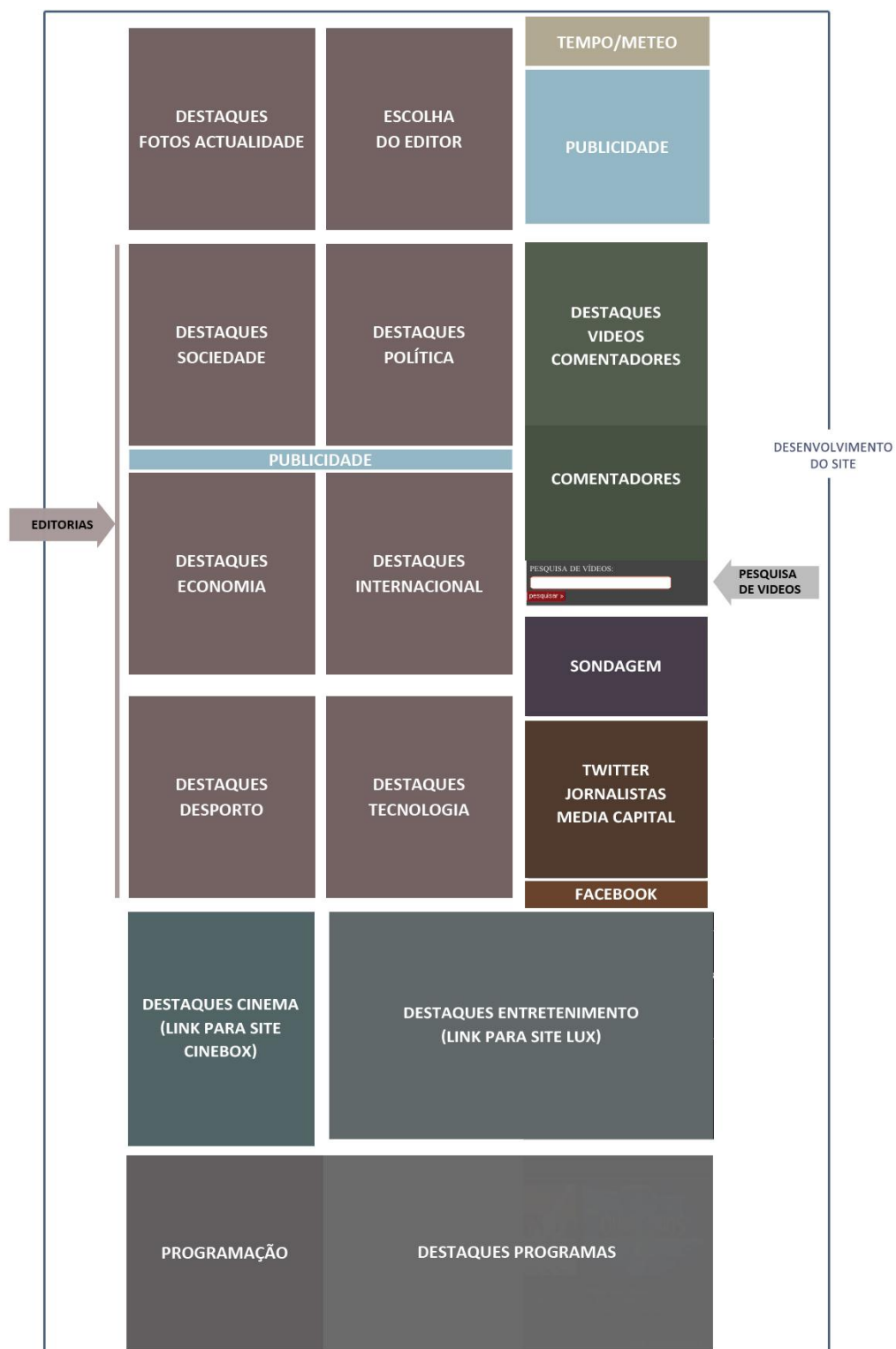
Visto tratar-se de um site de um canal de notícias, a vasta oferta de vídeos é uma mais valia na oferta de conteúdos noticiosos, relativamente aos sites da concorrência. Assim sendo, a maioria das notícias tem um vídeo associado, mesmo que seja integrado posteriormente. Por estas razões, os vídeos têm uma posição de destaque entre a manchete e últimas.

Figura 6| Estrutura do site tvi24.pt⁷⁵



⁷⁵ Fonte: Elaboração própria

Figura 7 | Estrutura do site tvi24.pt (continuação)



O *header* é composto pelo logo e contém os seguintes *links*:

- **Programas:** remete para uma página com a programação do canal prevista para a semana decorrente. Para que o utilizador perceba que os programas estão disponíveis *online* e como forma de promoção destes, estão três programas destacados junto da grelha de programação. Os programas que estejam disponíveis no site, têm um *link* que remete para uma página com uma listagem dos mesmos.
- **(últimos) Vídeos:** É das secções mais importantes do site, na medida em que agrega os vídeos disponíveis: programas do canal, peças de jornais, comentários ou grandes reportagens. Estes estão organizados pelos seguintes separadores: **Todos os Vídeos, Informação, Legislativas 2011, Economia, Música, Cinema, Desporto e Celebridades**. Esta secção dispõe de um motor de busca, que permite localizar um vídeo através de palavras-chave – que também se encontra na *homepage*.
- **Fotos:** este *link* remete para a secção de destaque de fotos, que tem o mesmo *layout* que a secção de vídeos. Os separadores desta secção são os seguintes: **Sociedade, Política, Economia, Internacional, Desporto, Tecnologia, Música e Cinema**. Tal como a secção **Vídeos**, também dispõe de motor de busca.
- **Mobile:** Este *link* remete para uma lista de aplicações produzidas pela Media Capital Multimédia: canal TVI24, canal generalista TVI, Marcelo Rebelo de Sousa (comentários), Estrada Nacional (reportagem), Maisfutebol (programa) e Motor (Autoportal).
- **TVI:** *link* que remete para o site do canal generalista TVI.

Por baixo do *header*, o menu principal contempla os seguintes separadores: **Últimas** e as seguintes secções de informação: **Sociedade, Política, Economia, Internacional, Desporto, Tecnologia, Música, Cinebox** (cinema), **Celebridades** (site da revista Lux), **Acredite se quiser** (*fait-divers*) e **Esta é a boca** (opinião). Os separadores que não remetem para outros sites - como por exemplo **Sociedade** – abrem a página da secção referente, cuja estrutura é idêntica em todas as editorias.

A primeira página das secções (ou editorias) é composta por uma listagem das notícias, por ordem cronológica ascendente. Não existe qualquer critério editorial nesta ordenação. Quando o jornalista insere a notícia, esta passa directamente para primeiro lugar na *listagem* da secção a que pertence. As **Últimas** são uma excepção, na medida em que a primeira notícia da listagem é a que se encontra em manchete e está destacada das restantes. As três primeiras peças da *listagem* de cada secção, têm uma imagem (miniatura) associada. A cada notícia são associados os ícones das redes sociais *Twitter* e *Facebook* (com o número de partilhas feitas) e o ícone *Vox*, relativo aos comentários.

No que se refere à *homepage* do site tvi24.pt, na área horizontal que se situa por baixo da submanchete, dos vídeos e últimas, estão destacados programas do canal com uma pequena sinopse e uma miniatura. São *links* para as páginas dos mesmos – com uma sinopse e imagem de referência. Caso o programa esteja disponível *online*, tem um vídeo associado e uma listagem de edições anteriores do mesmo.

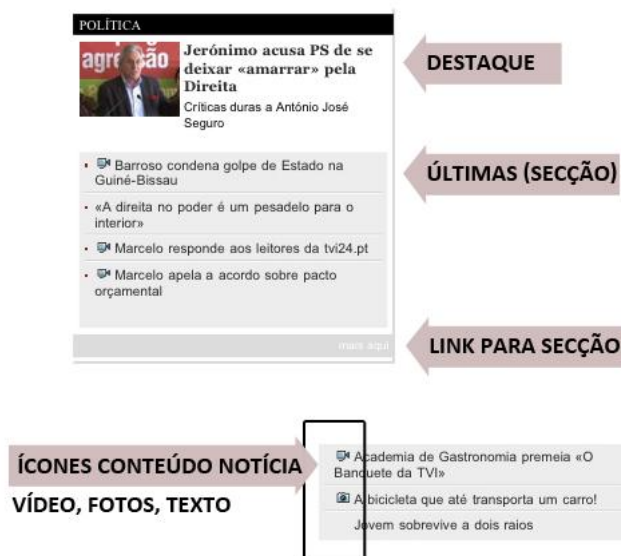
É de salientar a importância dos motores de busca disponíveis para as notícias e para vídeos. Trata-se de uma forma de relacionar os conteúdos ou contextualizar um facto – através do acesso às notícias sobre este.

A restante área do site divide-se em três colunas verticais e duas horizontais. Das três colunas verticais, duas são compostas pelos destaques das seguintes secções:

- **A actualidade em Fotos:** O destaque é composto por uma foto maior (do mesmo tamanho que a imagem que ilustra a manchete) com uma fila de fotos abaixo. Todas funcionam como *link*, para a secção **Fotos** com a fotografia seleccionada ampliada.
- **Escolha do Editor:** Trata-se de um destaque com uma notícia como título (com uma imagem em miniatura associada), com mais três títulos de notícias.
- **Sociedade, Política, Economia, Internacional, Desporto e Tecnologia**, que têm a mesma estrutura que a **Escolha do Editor**. Cada notícia funciona como *link*, abrindo a página com o desenvolvimento da mesma, remetendo para a

secção a que pertence. Todos os destaques das secções contêm um *link* na parte inferior direita, que abre a primeira página das mesmas – com a listagem de notícias - tal como nos separadores do menu principal (abaixo do *header*); à excepção das secções **Economia** e **Desporto**, que remetem para os sites Agência Financeira e Mais futebol. No entanto, nos destaques do site das notícias referentes a estas temáticas, ao seleccioná-las o utilizador é direccionado para uma página dentro do site tvi24.pt, integrada no separador respectivo. Assim sendo, se clicar numa notícia de economia, é direccionado para a página da peça no respectivo separador e não para o site Agência Financeira. É possível que a notícia tenha um *link* que indique «Veja desenvolvimento da Notícia na Agência Financeira». Em ambos os casos – **Desporto** e **Economia** – trata-se sempre de conteúdos adicionais de texto (com possíveis hiperligações para outras notícias) e nunca de vídeo. É preciso salientar que as notícias dentro destas temáticas são originalmente produzidas para os sites Agência Financeira e Mais Futebol e posteriormente inseridas no site tvi24.pt.

Figura 8 | Destaques Secções (exemplo *Política*)⁷⁶



⁷⁶ Fonte: Elaboração própria

A terceira coluna contém para além da meteorologia, três *links* para vídeos de opinião, que abrem dentro da secção Esta é a boca a que pertencem. Por baixo destes vídeos, estão alinhadas miniaturas das fotografias dos comentadores TVI24, que também funcionam como *links* para os vídeos dos mesmos. Por fim, há uma sondagem e uma caixa, que agrega os *tweets* dos jornalistas Media Capital (TVI e *online*), com *link* para os perfis na rede social *Twitter*. Por baixo desta, situa-se o *link* para fazer *like* no perfil TVI24 do *Facebook*.

As duas últimas colunas verticais contêm destaques de filmes e de notícias de entretenimento – que remetem para as respectivas páginas Cinebox e Lux.pt. Por fim, na última coluna horizontal, está disponível a grelha de programação do canal em conjunto com três destaques de programas.

4.2.2 | A APLICAÇÃO (APP) PARA IPAD

Pioneiro nas aplicações móveis – em termos nacionais – o canal TVI24 tem aplicações disponíveis para *smartphones* e *tablets*. O objecto de estudo escolhido é a aplicação para *iPad*, cuja comercialização teve origem em fevereiro de 2011. À semelhança das restantes aplicações para dispositivos Apple, pode ser adquirida - sem custos - na *App Store*, com acesso através do *software iTunes*.

Para além das aplicações para *iPhone* e *iPad*, são também colocadas à disposição do utilizador, aplicações para sistemas operativos *Nokia* e *Android*. Neste trabalho de projecto, será apenas analisada a aplicação para *iPad*.

Figura 9 | Page Views na app store das aplicações TVI24 para iPad e iPhone⁷⁷

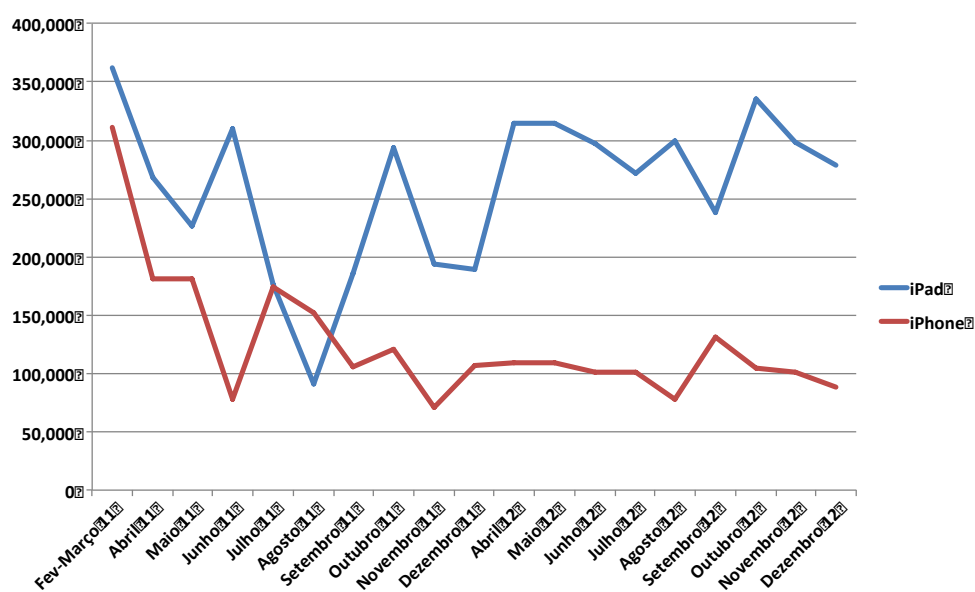
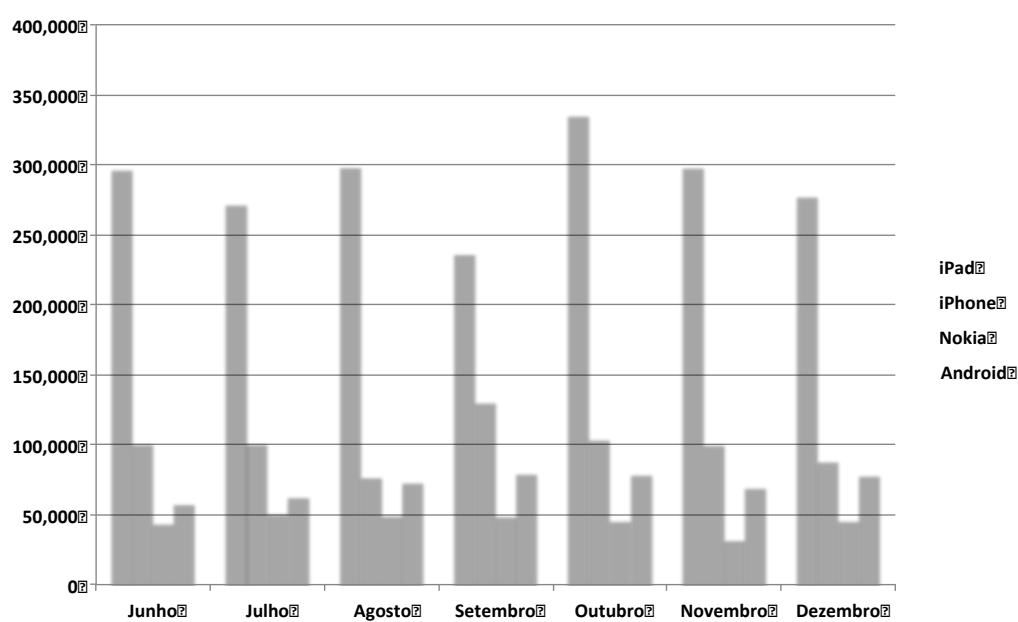


Figura 10 | Relação entre as visitas das aplicações TVI24⁷⁸



⁷⁷ Fonte: Dados fornecidos por Media Capital Digital

⁷⁸ Ibidem

Os *tablets* reúnem as melhores características dos computadores portáteis, *smartphones* e leitores de *e-books* (como o *Kindle*):

- processadores rápidos e potentes
- ligação à internet seja através de rede *wireless*, 3G e num futuro próximo a tecnologia 4G
- tamanho e leveza (fácil manuseamento e transporte)
- ecrã de alta resolução com um tamanho “confortável” que permite ver conteúdos multimédia de alta definição, ler um *e-book* ou editar texto, fotos e até vídeo
- ecrã táctil que permite um manuseamento mais intuitivo e interactivo
- câmara fotográfica e de filmar de alta definição

O *layout* da aplicação para *iPad* consiste na transposição do site para *tablet* tendo em conta as funcionalidades deste género de dispositivo. A *homepage* contém menos informação que o site - visto a área útil ser menor - e os menus horizontais com a possibilidade de “arrastar” os objectos (*scroll* e *rol*), são a opção de navegação mais utilizada, que é característica dos *tablets*.

Desta forma, a estrutura da *homepage* da aplicação para *iPad* é a seguinte:

- Manchete: título e imagem ilustrativa da notícia
- Últimas notícias que marcam a actualidade: Esta área comporta mais notícias para além das que estão visíveis. Se o utilizador fizer *scroll* das notícias num movimento ascendente, acede a 16 para além das 8 disponíveis.
- Últimos vídeos de actualidade: À semelhança das últimas notícias, ao fazer *roll* da direita para a esquerda, o utilizador pode aceder a 16 peças, para além das 4 visíveis no monitor.
- Destaque de programas TVI24: Tal como as últimas notícias e últimos vídeos é possível fazer *scroll* dos programas e aceder a mais itens para além dos visíveis.

- Espaço para publicidade e autopromoção de conteúdos do canal (*apps* e afins).

O menu superior é dividido pelos seguintes separadores:

- **Home:** permite voltar à página principal
- **Secções:** Indica as diferentes categorias das notícias, que são as seguintes (à semelhança do site); **Sociedade, Política, Economia, Internacional, Desporto, Tecnologia, Música, Cinebox** (cinema), **Acredite se quiser** e **Exclusivos**. Na última categoria os vídeos são maioritariamente compostos por excertos de programas TVI24, opiniões de comentadores ou entrevistas a convidados em estúdio. Ao seleccionar uma secção, remete directamente para a página da última notícia com essa mesma categoria, sem que haja – como no site - uma primeira página com a listagem de peças.

Figura 11 | Estrutura da aplicação TVI24 para iPad⁷⁹



⁷⁹ Fonte: Elaboração própria

Existem três formas de navegação para aceder a mais notícias da mesma secção: através do *roll* das notícias - que estão dispostas por ordem cronológica – e através das setas que se encontram no canto superior direito, ou do menu inferior da *app*. O separador **+ Notícias** abre um submenu no qual estão os títulos das peças associados a uma miniatura. Ao deslizá-lo, é possível aceder às restantes notícias da mesma secção.

- **Fotos:** Esta secção apresenta uma foto destacada com título, e uma sequência de miniaturas que podem ser arrastadas. Ao seleccionar uma destas miniaturas, esta passa a ocupar a posição da foto de destaque. É também possível ver as fotografias em alta definição, ao seleccionar o ícone que se encontra no canto superior direito. Deste modo, a fotografia surge a *fullscreen* e ao deslizá-la o utilizador tem acesso a mais fotografias neste formato. Para aproveitar a área de exploração ao máximo, é conveniente que o *iPad* esteja na posição horizontal.
- **Vídeos:** Secção cujo o modo de navegação é semelhante à das **Fotos**. Ambas aproveitam a funcionalidade inerente aos *tablets*, que é visionar conteúdos multimédia em alta definição em *fullscreen*.
- **Motor de busca:** Permite localizar notícias ou vídeos através de palavras-chave
- **Refresh** (actualização de conteúdos) da *homepage*.

O menu inferior contempla o acesso à página com a programação semanal do canal TVI24. Esta é composta por menus horizontais, nos quais o utilizadores faz *roll* das mininaturas dos programas, para visualizar o dia inteiro. O programa que está a ser emitido na hora, tem um ícone de uma antena no lado superior direito. Ao seleccionar a miniatura do programa pretendido, fica disponível a página deste na qual é possível aceder à sinopse e ao vídeo da última emissão – caso esteja *online*. No menu inferior da aplicação, encontra-se o ícone **+ Edições**, que permite visionar edições anteriores do programa.

No lado direito do menu inferior da aplicação, encontra-se a data e um ícone de informação, que remete para a ficha técnica.

4.2.3 | REDES SOCIAIS: A PÁGINA DO CANAL TVI24 NO FACEBOOK

A página de *Facebook* do canal de notícias TVI24 foi criada em Maio de 2009, contabilizando 65,057⁸⁰ *likes* e 20,791 referências feitas por utilizadores. Na procura em obter mais audiências, a TVI24 – à semelhança de quase todos os órgãos de comunicação social – voltou-se para as redes sociais – nas quais é possível estabelecer uma maior proximidade com os utilizadores, através da interacção existente. Castillo Sánchez aponta para a questão de que nas redes sociais, os vídeos publicados pelas estações de televisão são mais relacionados com conteúdos de entretenimento que informação (2011:53). São geralmente peças curtas – com cerca de 40 segundos – com edição dinâmica, com linguagem simples e acessível. Segundo o autor, as televisões têm cada vez mais consciência da importância da presença nas redes sociais, nomeadamente como forma de abranger o público mais jovem.

De acordo com o material analisado para o trabalho de projecto⁸¹, há três factos a registar:

1. Não existe uma grande interactividade da parte dos utilizadores no que se refere a comentários e até *likes*.⁸² São vários os *posts* que não têm quaisquer comentários. O número máximo registado foi de 10 comentários e 50 *likes*. No entanto, é preciso ter em consideração que não é possível obter um padrão, pois os conteúdos variam consoante a actualidade noticiosa e existem temas mais controversos que outros.

2. A inserção de *posts* não está relacionada com o *upload* de notícias. De acordo com o levantamento de dados, chegam a passar-se horas sem que haja um *post* novo, motivo pelo qual é possível que contribua para uma diminuição da participação dos utilizadores.

3. A presença no *Facebook* dos projetos *online* da Media Capital foi alvo de atenção particular: inicialmente, havia um gestor de redes sociais, que tratava do *Facebook* de todos os projectos – da TVI à Agência Financeira, passando pela TVI24,

⁸⁰ Dados relativos a 24 de Fevereiro de 2013.

⁸¹ Recolha de *printscreens* do perfil do *Facebook* entre os dias 16.04.2012 e 20.04.2012.

⁸² Cf. Anexos Digitais, documento *Análise Média*, quadro 20.

Mais Futebol, Lux e até os programas da TVI que mereciam destaque particular, como a Casa dos Segredos⁸³. Neste momento, cada projecto trata da difusão nas redes sociais das suas notícias, com a garantia de que os utilizadores do *Facebook* e os leitores dos sites não são os mesmos, e por isso há uma atenção particular em destacar notícias de maior alcance, como as da secção **Acredite se Quiser**. Todas as notícias relevantes, as primeira mão, exclusivos, também são destacadas no *Facebook*. De acordo com Judite França, como todos os projectos da concorrência também usam as redes sociais, é preciso ter em conta que ao haver uma grande quantidade de *posts* bem como informação repetida, revela-se um “mau negócio”, a longo prazo.

Figura 12 | Relação entre as visitas do Facebook e site tvi24.pt via Facebook⁸⁴

	Perfil Facebook	Visita site via Facebook
2011	57.908.778	4.452.132
2012	56.950.211	8.526.795

Apesar da escassa participação dos utilizadores do *Facebook* na página do canal tvi24, as visitas via *Facebook* representam 14% no ano de 2012, sendo um sinal das tendência no consumo de informação em forte expansão: o acesso às notícias através das redes sociais.

4.2.4 | A NOTÍCIA ONLINE

As notícias no site e *iPad* têm a mesma tipologia. No que se refere a conteúdos multimédia, estas podem conter texto, imagens (podem ser únicas ou uma sequência, em formato galeria) e vídeo. Segundo o material analisado, nenhuma peça continha apenas ficheiros de áudio. Caso se trate de uma declaração via telefone ou rádio, esta é editada sobre uma base de grafismo – com os dados do interveniente e a fonte da declaração.

John Pavlik (2001)⁸⁵ considerou três fases que marcam o desenvolvimento do jornalismo *online*: a primeira caracteriza-se pela transcrição dos conteúdos oriundos

⁸³ Reality Show emitido pela TVI

⁸⁴ Dados Google Analytics fornecidos pela Media Capital Digital

das versões tradicionais dos *media*. Na segunda, os conteúdos já são concebidos para as versões *online* podendo recorrer a suportes multimédia tais como o vídeo, a imagem, som, hiperligações e aplicações interactivas. Na terceira fase denominada como Webjornalismo, estes suportes são explorados ao máximo, sendo os conteúdos pensados exclusivamente para a web. Trata-se do panorama actual dos sites e portais de informação de órgãos de comunicação social. Assim sendo, a análise das notícias do site e aplicação, deve passar por perceber quais as funcionalidades em termos de organização e enquadramento (categorias, datação, motor de busca e autoria), interactividade (possibilidade de contactar com o jornalista, comentar a notícia no site ou *app*, partilha nas redes sociais e participação em sondagens) e por fim hiperligação (relação de conteúdos externos à página da notícia)⁸⁶.

Existem poucas diferenças entre as funcionalidades das notícias no site *tvI24* e na respectiva aplicação para *iPad*. Em ambos os meios verificam-se as seguintes características:

- **Classificação/secções e tag:** à excepção das secções vídeos e fotos, as notícias - independentemente do conteúdo - estão organizadas por classificações relativas às secções, tais como Internacional, Sociedade, Desporto, Economia, entre outras. Apesar dos vídeos não terem esta classificação na própria página, a secção está organizada com separadores. Ao proceder a uma busca por um vídeo, caso não esteja integrado numa notícia, a categoria deste é “geral”⁸⁷. A secção **Fotos** tem uma organização semelhante aos **Vídeos** e as fotos podem estar isoladas ou integradas numa galeria relativa a um tema⁸⁸. A classificação por temas específicos – *tag* - não é aplicada, excepto na secção de vídeos do site, na qual estava disponível um separador temporário com a denominação de “Legislativas 2011”.

⁸⁵ João Canavilhas in, *Os jornalistas Online em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira interior, 2005, pp.2

⁸⁶ Método de análise baseado na dissertação de Andreia Gonçalves, *A relação do portal web com as notícias televisivas : o caso da RTPN*. Aveiro: Universidade de Aveiro, Tese de Mestrado em Comunicação Multimédia, 2011.

⁸⁷ Ver anexo 11 exemplo busca por “concertação social” em vídeos e notícias

⁸⁸ Ver anexo 8: Secção fotos: Fotogaleria

- **Localização temporal:** todos os conteúdos noticiosos - peças, vídeos e fotos - estão datados (ano, mês, dia e hora)
- **Identificação do autor da notícia:** a assinatura da peça encontra-se por baixo do título e subtítulo, seguida da data de publicação da mesma. Na maioria das notícias, o jornalista apenas assina as iniciais e a peça vem associada a “Redacção” ou “TVI24”. No site, estes dados têm uma hiperligação para o envio de um e-mail para a agenda ou editoria respectiva. Trata-se de uma forma de interactividade entre o utilizador e a redacção do canal de televisão. Na aplicação, a assinatura não tem nenhum *link* associado.
- **Motor de busca:** A única forma de relacionar ou localizar notícias, vídeos ou fotos da mesma temática –para além das secções definidas – é através dos motores de busca disponíveis no site. A *app* dispõe de um motor de busca com as opções “notícias” ou “vídeos”.
- **Comentários e votação:** Os utilizadores têm a opção de comentar as notícias, bem como votar se gostam ou não destas. À semelhança da partilha de conteúdos, no site os vídeos e fotos não têm essa opção disponível.
- **Possibilidade de partilha de conteúdos:** Tanto no site como na aplicação, é possível partilhar a notícia por e-mail e redes sociais - *Facebook* e *twitter* - directamente a partir da notícia. No entanto, os conteúdos da secção vídeos e fotos do site apenas permitem a partilha nas redes sociais acima descritas. O número de partilhas realizadas vem associado aos ícones das redes sociais⁸⁹.
- **Sondagens:** As sondagens são relativas a temas gerais e não estão associadas a notícias específicas. Encontram-se na parte inferior da *homepage* do site. Na *app*, não existe esta funcionalidade.
- **Hiperligação de notícias relacionadas:** Esta opção é exclusiva do site e não está disponível para todas as notícias. O corpo da notícia divide-se em duas colunas verticais: a da esquerda contempla as opções de partilha, publicidade e uma secção denominada como “relacionados”. Esta secção contempla as

⁸⁹ Ver anexo 16: Opções de partilha/reacção das notícias.

hiperligações para notícias relacionadas com a peça em questão, que são descritas com o título e uma miniatura com uma imagem ilustrativa. É de referir que estes *links* são sempre para notícias do site tvi24.pt. Ao invés de outros sites de órgãos de comunicação social – como exemplo o espanhol *El País* – as hiperligações não são para blogs associados ou outros sites. Juntamente com os motores de busca, as hiperligações são a forma de enquadrar a notícia no âmbito do contexto no qual é inserida e procurar ligações com outros factos.

João Canavilhas afirmava em 2005 que o jornalismo online português pouco explorava os recursos inerentes a este meio: conteúdos «[...] multimédia, interactivo, hipertextual, personalizado e memória.»⁹⁰ No estudo realizado pelo autor, a definição mais usada para jornalismo online pelos próprios jornalistas era a de «[...] jornalismo actualizado ao minuto.»⁹¹ Canavilhas concluiu que o estilo de comunicação dos sites nacionais era muito semelhante ao das agências noticiosas; sendo a actualização o mais importante, mas com um défice de conteúdos multimédia e hipertextualidade.

Passados oito anos, a evolução neste meio é notória, sendo os recursos citados acima explorados, bem como a integração das redes sociais.

No que se refere ao site tvi24.pt, poderiam ser exploradas mais ferramentas que permitissem a participação do utilizador no processo de construção e actualização da informação, tais como permitir o envio de sugestão de correcção das peças (à semelhança do site do jornal Público) ou integrar no site *links* para blogs associados.

A partir do momento em que a TVI tem uma forte componente de jornalismo de grandes reportagens e encontra-se num processo de convergência, poderiam ser criados *dossiers* temáticos no site – associados a temas pontuais – com uma duração temporária, de acordo com a validade do assunto. Estes poderiam contemplar o enquadramento de notícias mais importantes ou registassem a evolução de temas

⁹⁰ João Canavilhas in, *Os jornalistas Online em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira interior, 2005, pp.7

⁹¹ ibidem, pp.6

explorados em grandes reportagens, de modo a ter uma maior exploração dos recursos – meios e conteúdos noticiosos - de que a redacção dispõe.

Este facto reforça a afirmação de Deuze (2006: 18): «[...] a convergência constante (através da digitalização) dos diferentes tipos de media sugere que, de algum modo, mais cedo ou mais tarde, todo o jornalismo terá uma componente ou essência multimédia, na medida em que será possível recolher, editar e divulgar notícias através de todos os tipos de plataformas, usando a mesma linguagem digital de zeros e uns».

4.2.4.1 | EDIÇÃO E UPLOAD DA NOTÍCIA ONLINE (BACKOFFICE)

Enquanto que a edição da notícia *broadcast* é realizada no software *I-news* – que gera o alinhamento das peças, as notícias e dados para oráculos e *leads* – a notícia *online* é editada e feito o seu *upload* no *Backoffice*. Trata-se de uma base de dados, na qual é inserido o texto da notícia, as suas propriedades, classificação/*tag* e os *links* para conteúdos multimédia. Quaisquer *uploads* - seja de notícia, foto ou vídeo - para o site funcionam através desta plataforma. A notícia deve ter um título, texto e imagem ou vídeo ou tratar-se de um vídeo. A classificação é imprescindível. Os procedimentos para fazer o *upload* de uma notícia são os seguintes:

- Peça em vídeo
- Redacção da notícia – texto sucinto
- Miniatura (thumbnail), classificação e palavras-chave

No caso dos vídeos dos programas do canal TVI24, estes são colocados na íntegra e é o departamento de Marketing do canal que é responsável pelo *upload* dos mesmos.

Os conteúdos das aplicações TVI24 – nomeadamente um dos objectos de estudo deste trabalho de projecto, a aplicação para *iPad* – são exactamente iguais ao do site em termos editoriais. Assim sendo, os conteúdos criados para o site, são

direccionados para as aplicações através de *feeds*⁹². As aplicações têm então uma transposição directa dos conteúdos do site, com as adaptações devidas para o interface em questão.

A redacção *broadcast* e *online* tem acesso a um servidor digital (*Quantel*), que alberga o conteúdo vídeo do canal a ser editado: filmagens para peças, imagens de arquivo – previamente disponibilizadas no servidor sob pedido à mediateca, grafismo, vivos, programas recentes – dos quais noticiários – e entrevistas. Através deste, é possível aceder aos *feeds* das principais agências noticiosas: Reuters, AP e Lusa. No que se refere a fotos, o canal tem um acordo com a EPA – *European Photographic Agency*. Geralmente as fotos são o primeiro conteúdo multimédia disponível para as notícias, só depois vêm as filmagens.

Em casos de intempéries – tempestades, furacões, incêndios – manifestações e acontecimentos, nos quais as pessoas possam registar vídeos ou imagens, os telespectadores são incentivados a enviar fotos e vídeos para a redacção TVI. Para que haja uma rentabilização desse material via *broadcast* e *online*, este é colocado *online* depois de ter sido emitido na televisão. Actualmente, trata-se de uma situação muito recorrente, visto a maioria das pessoas terem telemóveis e estes possuírem camera fotográfica e/ou de filmar. Esta iniciativa tem bastante aceitação da parte do público, que desta forma, participa na produção das notícias. Este facto vem de encontro à questão da cultura participatória (Jenkins, 2010:14), na qual os consumidores de conteúdos mediáticos abandonaram o papel passivo e adoptaram um *postura* de agentes criativos na produção de conteúdos noticiosos.

A *homepage* do site e *app* não tem nenhuma chamada de atenção para este facto, sendo o apelo geralmente feito via *broadcast*. Seria interessante, no entanto, que existisse um destaque com hiperligação na *homepage* para um email para o qual o utilizador pudesse enviar estes conteúdos.

Relativamente a desenvolvimentos futuros, a BBC News está a projectar um *Backoffice* que consiste numa plataforma (ou aplicação), cujo objectivo é ser a

⁹² A definição de (web) [feeds](#) segundo o site Wikipedia - derivado do verbo inglês alimentar – trata-se de [...]«um formato de dados usados em formas de comunicação com conteúdo actualizado frequentemente, como sites de notícias ou blogs»[...]. São disponibilizados ficheiros multimédia através de *links*.».

principal ferramenta de trabalho para os jornalistas da BBC, bem como uma base de dados dos conteúdos noticiosos produzidos pelo canal, com uma lógica de navegação e organização de conteúdos semelhante à das redes sociais.

Assim, o jornalista teria a possibilidade de gerar, agregar, editar e publicar as notícias nas diversas plataformas de comunicação, independentemente do lugar onde se encontra. A organização da informação gira em torno das temáticas de informação, tendo uma maior centralização na notícia. Para cada temática estão disponíveis fóruns, que permitem a troca de ideias entre profissionais que estejam a trabalhar conteúdos semelhantes. Um aspecto a ter em conta, é a possibilidade destes conteúdos serem acedidos e editados por outros jornalistas, podendo ser adaptados para serem publicados em diversas plataformas de comunicação.

Este projecto, bem como o cenário de convergência e digitalização de redacções, remete para a questão de que o jornalista tem que ser polivalente, seja na resposta em medias diferentes, seja no domínio de ferramentas que permitem a recolha de conteúdos e edição destes.

4.3 | O PERCURSO DA NOTÍCIA TVI24 NAS MULTI-PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO

Para proceder à análise da informação noticiosa nas plataformas *broadcast* e *online* do canal tvi24, foi necessário numa primeiro momento, compreender o contexto da actualidade noticiosa da semana em questão.

Assim, foi realizado o levantamento do alinhamento de notícias e rúbricas dos jornais televisivos Notícias24 e 25ª Hora, sem esquecer o *ticker*. Trata-se do organismo que permite num curto espaço de tempo, que o telespectador fique a par das notícias mais relevantes da actualidade diária. No primeiro dia da análise, foi efectuada a transcrição de todos os títulos que constavam no *ticker*. Rapidamente, verificou-se que se trata de um *loop*, cuja duração não excede os 10 minutos. É de referir que este não é estático, sendo adicionadas linhas durante o jornal,

nomeadamente em situações de acontecimentos de última hora ou actualização de notícias⁹³.

Paralelamente nas plataformas *online*, foi realizado o levantamento - em média de duas em duas horas - das primeiras páginas do site tvi24.pt e da aplicação para *iPad* (através de *printscreens*). O mesmo procedimento foi realizado na página de *Facebook* do canal TVI24. À semelhança dos jornais *broadcast*, foi também construído um alinhamento para estes dados.

No que se refere aos conteúdos noticiosos, foram realizados os seguintes levantamentos entre os dias 16 e 20 de Abril de 2012:

- Jornais televisivos Notícias24 (19h00) e 25ª Hora (00h00) no formato de vídeo
- *Printscreens* das *homepages* do site tvi2.pt e *app* para *iPad* efectuados entre as 12h00 e as 00h00 (aproximadamente)
- Recolha da mesma notícias nas plataformas *online* – site, *Facebook* e *app*.
- Levantamento de *posts* do *Facebook* compreendidos entre as 12h00 e 00h00 e respectivos *likes* e comentários.

Após a recolha dos dados, foram criadas as seguintes tabelas:

- Resumo dos alinhamentos dos jornais Notícias24 e 25ª Hora, que contemplam as notícias (com a informação transmitida nos *leads*), *ticker* e *rúbricas*.
- Alinhamento das manchetes, submanchetes, vídeos de actualidade e últimas (notícias) do site, no espaço de tempo compreendido – aproximadamente - entre as 12h00 e 00h00.
- “Percurso” de notícias seleccionadas nas plataformas *broadcast* e *online*
- Levantamento das secções temáticas do site e respectivos títulos

⁹³ Cf. Anexos digitais, documento Análise Media – Quadro1: alinhamento completo dos jornais Notícias24 e 25ª Hora (16.04.2012)

- Levantamento da estrutura dos jornais Notícias24 e 25ª Hora referente às temáticas abordadas: sociedade, economia, política, internacional, desporto, opinião e autopromoção.

A primeira questão colocada, relativamente ao site e aplicação para *iPad*, incidia na relação entre os conteúdos noticiosos nas duas plataformas. Estes são exactamente os mesmos, sendo que as últimas notícias (na *app*), têm um pequeno desfasamento temporal e não estão classificadas por temas na *homepage*⁹⁴.

Após a análise da estrutura das notícias *online* e *broadcast*, dos contextos nos quais estão inseridas – seja noticiários, sites, aplicações ou *Facebook* – e das dinâmicas inerentes a cada *media*; o objectivo é a análise da evolução da notícia tendo em conta a actualidade em que se insere e os diferentes *media* nos quais é emitida.

São destacadas duas notícias: a primeira do foro económico e a segunda refere-se à auto-promoção de uma grande reportagem.

1| *Gás Natural mais caro*⁹⁵ (notícia referente ao dia 16.04.2012):⁹⁶

Esta notícia reporta o aumento do preço do gás natural, proposto pela Entidade Reguladora do Setor Energético (ERSE).

Plataformas Online – entre as 12h00 e 20h00:

A peça, cujo título inicial é *Gás natural: factura sobe mais de 4%*, surge em primeira mão como submanchete no site *tvi24.pt* às 12h, 14h e 16h. A notícia poderá não ter passado a manchete devido ao facto não terem sido avançados valores concretos no que se refere à subida do gás, bem como não haver peça em vídeo disponível. Nos *printscreens* efectuados ao site e *app* às 18h e 20h, esta notícia já se encontra em manchete, com actualização da informação. Já é avançado um valor hipotéticos para o aumento, sendo o título *Preço do Gás Natural deverá subir 6,9%*.

Cf. Anexos digitais, documento Análise Media, quadro 9 – Homepage site e app (11.30/18.04.2012)

⁹⁵ Cf. Anexos digitais, documento Análise Media, quadro 5: Percurso da notícia.

⁹⁶ Pesquisa no site *tvi24.pt* por gás natural:

Notícias: <http://www.tvi24.iol.pt/aa---videos---economia/energia-gas-gas-natural-precos-aumento-gas/1341260-5797.html>

Vídeos: <http://www.tvi24.iol.pt/videos/pesquisa/gás+natural/video/13611706/1>

Plataforma *broadcast* - Notícias24 (19 horas):

O jornal Notícias24 (19 horas) abre com um *off* sobre o aumento do gás natural. A informação que constou nos *leads* foi a seguinte.

- **Lead 1** | *Gás natural mais caro*
- **Lead 2: Título** | *Gás natural mais caro*
- **Desenvolvimento Lead 2** | *A factura vai aumentar mais de 4% até dezembro.*

O valor do aumento (6,9%) é declarado pelo pivôt, tendo também referência no *ticker*:

- *Economia* | *Preço do Gás Natural aumenta 6,9% a partir de 1 de Julho.*

Apesar da notícia não ter desenvolvimento em peça, é actualizada a informação no *ticker*⁹⁷, passando a constar da seguinte forma:

- *Economia* | *Preço do Gás Natural aumenta 6,9% a partir de 1 de Julho.*
Governo compromete-se a criar condições para a redução do preço do gás natural

Plataformas Online – entre as 20h00 e 24h00:

Relativamente ao formato da notícia *online*, numa primeira fase o conteúdo consistia em texto e imagem⁹⁸. Posteriormente, no *printscreen* efectuado às 20h00 da *homepage* da *app*, a notícia já se encontra nos destaques (**Últimos**) **Vídeos**.

Entre as 22h e 24h, a manchete do site e *app* apresenta novo título: *Gás: Governo promete condições para baixar preço do gás natural*. Trata-se de mais uma actualização da notícia, com a reacção do Governo.

Plataforma *broadcast* - 25ª Hora (24h00):

Na emissão do noticiário 25ª Hora, este tema é abordado no segundo destaque, com o título: *Gás vai aumentar*⁹⁹. Trata-se da mesma peça que a

⁹⁷ Cf: Anexos digitais, Notícias24 19h, 16.04 *Timecode*: 19:34:52:17

⁹⁸ Cf: Anexo 16: *Printscreen Homepage App* – Notícia em Manchete

⁹⁹ Cf: Anexos digitais, 25ª Hora, 16.04 *Timecode* 00:02:54:01

disponibilizada nos destaques (**Últimos**) **Vídeos** do site tvi24.pt e *app*. A informação que constou nos *leads* foi a seguinte:

- **Lead 1 (personalizado, ilustrado com euros): Título** | *Aumento de preços*
- **Lead 2: Título** | *Gás mais caro*
- **Desenvolvimento** | *Tarifas do gás natural sobem 6,9% a partir do mês de julho*
- **Lead 3: Título** | *Aumento do gás*
- **Desenvolvimento** | *Numa factura mensal de 24 euros o aumento é de 1,58 euros.*

Após a peça, é emitido um excerto do comentário de Medina Carreira acerca deste tema no programa Olhos nos Olhos – que antecedeu a 25ª Hora. Os *leads* continham os seguintes dados:

- **Lead 1** | *Medina Carreira na TVI24*
- **Lead 2: Título** | *Medina Carreira na TVI24*
- **Desenvolvimento** | *Gás sobe 6,9%. Esta sociedade está a ser sugada.*

No **ticker** constavam as seguintes informações:

- **Economia** | *Preço do Gás Natural aumenta 6,9% a partir de 1 de Julho*
- **Governo compromete-se a criar condições para a redução do preço do gás natural**

Na rubrica **Sala de Imprensa**, João Maia Abreu destaca esta notícia presente nas primeiras páginas dos seguintes jornais:

- **Diário Económico** | *Famílias vão pagar mais 7% na factura do gás a partir de Julho*
- **Jornal de Negócios** | *Preços do gás para as famílias acumula subida de 18% em três anos.*

2| Autopromoção Repórter TVI – *Caderno Escolar* e *Prémios TV7 dias* (16.04 e 18.04)¹⁰⁰

O canal TVI24 bem como as plataformas *online* são um meio de promoção de conteúdos do canal-mãe. Neste caso, trata-se da autopromoção do Repórter TVI, um programa de grandes reportagens com emissão na TVI (às segundas-feiras depois do Jornal das 8) e com repetição no canal TVI24. Assim sendo, a autopromoção refere-se à reportagem *Caderno Escolar* que iria para o ar no canal generalista, nessa mesma noite.

Plataformas Online – entre as 20h00 e 24h00:

A autopromoção da grande reportagem *Caderno Escolar* constava nos destaques **Últimos Vídeos** (do site e *app*), nos *printscreens* efectuados às 16h e 18h do mesmo dia.

No *Facebook*, por volta das 16h00, foi inserido um *post* com a informação seguinte: *Números do abandono escolar em Portugal são cerca do dobro da União Europeia. Uma reportagem para ver esta segunda-feira no Jornal das 8.* O *post* não mostrou ter grande visibilidade: entre as 16h e as 18h, teve apenas dois comentários e 7 *likes*. No entanto, é preciso ter em conta que neste espaço de tempo a maioria das pessoas se encontra a trabalhar; facto que condiciona a interactividade nas redes sociais.

Plataforma *broadcast* - Notícias24 (19h00):

Na plataforma *broadcast*, a notícia de fecho do Notícias24 tratou-se da autopromoção da grande reportagem *Caderno Escolar*, que se encontrava nos destaques **Últimos Vídeos** no site e *app*.

¹⁰⁰ Pesquisa no site tvi24.pt por “caderno escolar”(vídeos com data de 16/04/2012:
Reportagem completa: <http://www.tvi24.iol.pt/videos/pesquisa/caderno+escolar/video/13611759/1>
Teaser: <http://www.tvi24.iol.pt/videos/pesquisa/caderno+escolar/video/13611457/1>

As notícias produzidas para a plataforma *broadcast* têm uma estrutura, linguagem e recursos multimédia distintas dos conteúdos noticiosos produzidos para as plataformas *online*. O telespectador - ou utilizador - também tem um papel diferente no modo de consumo da notícia *online*, seja via site, aplicação ou via redes sociais.

Um facto a ter em consideração é a noção de tempo – seja de produção ou emissão de conteúdos noticiosos – que também tem parâmetros diferentes. Enquanto que na televisão, o tempo de antena da peça pode ser curto – pode nem chegar a atingir a duração de um minuto - a produção da notícia requer esforços que são inversamente proporcionais ao tempo de emissão da notícia. Mesmo que se trate de um *off*, é preciso recorrer a imagens para “pintá-lo” – obrigando a um trabalho de pesquisa, seja nas imagens de arquivo ou nas agências noticiosas. Em alternativa, podem ser utilizados vivos – geralmente numa fase *posterior* - ou então é criado um grafismo para ilustrar o *off*. É um trabalho multidisciplinar que pode envolver o editor do jornal, o jornalista destacado, um editor de imagem, bem como departamentos tais como a mediateca e grafismo. A unidade do tempo de produção é o intervalo entre a concepção da peça até ao jornal estar no ar. De seguida, é necessário pensar como é que se pode desenvolver a peça – seja para ser emitida no mesmo jornal ou *posteriormente* noutro noticiário.

No que se refere à emissão da notícia *online*, o tempo entre o conhecimento do facto noticioso e o *upload* da notícia no site tem que ser quase imediato. A notícia tem que ser dada em primeira mão, independentemente do conteúdo multimédia associado. Numa primeira fase, até podem ser apenas umas linhas de texto. Relativamente aos meios de produção para uma peça, estes podem centrar-se numa só pessoa. Esta é encarregue da redacção da notícia, da pesquisa necessária – que consiste na recolha de imagens, vídeo ou fotografia – e do *upload* desta para o site. O feed da notícia passa automaticamente para as aplicações para mobile e tablet e ainda tem a possibilidade de ser inserido num *post* do *Facebook* ou *Twitter* – que por sua vez, redirecciona o utilizador para o site.

Enquanto que via *broadcast*, o tempo de antena da peça é a duração da sua emissão, via *online* é o tempo de leitura do utilizador e o uso que pode fazer desta –

nomeadamente partilha via redes sociais, nas quais a notícia pode ser comentada e “re-partilhada”.

CONCLUSÃO

Se olharmos para a história da tecnologia na comunicação social, poderíamos afirmar que o século XIX está ligado à (aparição, crescimento e solidificação da) imprensa escrita, o século XX está ligado à radiotelevisão e o século XXI muito provavelmente irá ligar-se às plataformas multimédia digitais sem fios (Deuze, 2006:17).

Apesar do cenário actual ser pontuado pela emergência dos *media* digitais, a televisão mantém a liderança como meio de acesso às notícias (Kohut et altri, 2012). No entanto, as plataformas digitais têm vindo a registar cada mais utilizadores, sobretudo a partir de 2006. Este facto deve-se à optimização da navegação online e à crescente oferta e democratização dos *smartphones* e *tablets*, que permitem o acesso à internet em qualquer lugar. Apesar de líder, a televisão registou um ligeiro declínio no acesso às notícias nos últimos anos, sendo esta posição vulnerável perante os *media* digitais (Kohut et altri, 2012).

O acesso à informação através de dispositivos móveis e das redes sociais revela-se a grande tendência no consumo de informação, levando os canais de televisão a marcar presença nestas plataformas, abrangendo mais audiências. O advento dos *media* digitais não originou uma substituição dos *media* tradicionais, mas um cenário de convergência ou remediação, no qual coexistem as plataformas offline e online (Becker e Bustamante, 2009).

A convergência mediática – derivada dos progressos tecnológicos e consequentemente do advento dos *media* digitais – teve grandes repercussões na forma de produzir e consumir informação (Jenkins, 2010). As estações de televisão, com expressão nas plataformas digitais, têm sido alvo de processos de convergência ou fusão de redacções, visando a partilha do mesmo espaço e recursos (Deuze, 2004; Garcia Avilés, 2006; Canelas, 2011).

Ao iniciar o trabalho de projecto, a questão essencial era perceber de que forma se procedia à formatação de conteúdos televisivos do canal TVI24 para as plataformas digitais: o site, as aplicações e redes sociais. Durante o processo de recolha de informação e investigação, a redacção – que integra o canal TVI e TVI24 –

sofreu uma reestruturação, cujo objectivo tratou-se da convergência da redacção online (que produzia o site *tvi24.pt* e *ticker*) e *broadcast*.

Do contexto observado inicialmente – em Novembro de 2011 – em que as redacções online e *broadcast* eram autónomas, partilhando no entanto o espaço, o acesso a conteúdos noticiosos, *feeds* de agências através do servidor digital, deu-se em Janeiro de 2012, a reestruturação destas. A redacção *online* deu lugar à equipa de *Breaking News*, situada no coração da redacção e com resposta imediata às notícias de última hora em todas as frentes: *broadcast*, *ticker*, *online*, aplicações e redes sociais. Esta reacção - que se pretende quase instantânea - traduz-se na mais-valia ambicionada pelos canais de notícias e sites de informação.

Perceber como se fundem redacções diferentes foi um dos desafios deste projecto: a redacção *online* e o *Breaking News* trabalham lado a lado com a redacção da TVI, uma experiência – a nível nacional - apenas vivida na estação de Queluz de Baixo e que tem capacidade para tornar o trabalho do canal de notícias da TVI mais completo.

Sem dúvida que o caminho a seguir passa pelo aproveitamento dos recursos disponíveis – humanos, conteúdos de informação, multiplataformas de comunicação e meios técnicos - no sentido de otimizar a informação transmitida e procurar interagir cada vez mais com as audiências, sendo esta uma das características que marcam a nova era pontuada pela emergência dos *media* digitais.

Apesar do site *tvi24.pt* ser um reflexo do canal de notícias, os dois *media* vivem lado a lado, interagindo na construção de notícias e na resposta à realidade. As plataformas *broadcast* e *online* têm linguagens distintas, meios operacionais muito diversos, e tempos de reacção indexados às características únicas de cada *media*. A interactividade é um dos grande pontos diferenciadores dos *media* tradicionais e digitais (Hunter, 2011). Esta traduz-se na possibilidade dos utilizadores em participar na criação de conteúdos, seja através das reacções ou partilha destes.

Contudo, há um ponto inicial em que a notícia existe por si só, independentemente do meio por onde é divulgada. E é sobre este momento que

nasce o trabalho de junção das duas redacções (*online* e *broadcast*) na procura da transmissão do « mundo em primeira mão».¹⁰¹

¹⁰¹ *Slogan* actual do canal de notícias: «TVI24. O mundo em primeira mão».

BIBLIOGRAFIA

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUM, Matthew A. (2003) *Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?* **Political Communication**, 20 (April): 173-190.

http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta909.pdf

BECKER, B. e DE BUSTAMANTE, C. (2009), *The past and the future of Brazilian television news*. Journalism, 10(1), 45-68.

<http://jou.sagepub.com/content/10/1/45.full.pdf+html>

BORGA, Cesário (2008), *A Terceira Era da Televisão*. Lisboa: ISCTE, Tese de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação.

<http://hdl.handle.net/10071/1315>

CANAVILHAS, João (2005), *Os jornalistas Online em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira interior.

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>

CANELAS, Carlos (2011), *Os efeitos da convergência nos media noticiosos*. Literacia, Media e Cidadania, 127-140.

www.lasics.uminho.pt/ojs../index.php/lmc/article/download/458/510

COSTA, Diana M. (2011), *Análise de critérios editoriais e comparação de alinhamentos: A TVI e o jogo das audiências*. Lisboa: FCSH, Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo.

<http://hdl.handle.net/10362/7263>

DIAS LIMA, Helena e REIS, Ana Isabel (2012), *TVI and SIC News Websites: Public Participation and Editorial Criteria*. Lisboa: Observatorio (Obs*), 6, 177-200.

<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/552>

DEUZE, Mark (2006), *O jornalismo e os novos meios de comunicação social*. Comunicação e Sociedade, 9(10), 15-37.

<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1152/1095>

DEUZE, Mark (2008), *The professional identity of journalists in the context of convergence culture*. Lisboa: Observatorio (Obs*), 7, 103-117.

<http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/216/208>

ERDAL, Ivar J. (2009), *Cross-media (re) production cultures*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 15(2), 215-231.

<http://con.sagepub.com/content/15/2/215.short>

FERREIRA, Ana Rita Martins Dantas (2011), *O Impacto da Internet na informação televisiva*. Lisboa: FCSH, Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo.

<http://hdl.handle.net/10362/7184>

FERREIRA, Manuel P et altri (2011), *TVI: O turnaround até à liderança de audiências. Caso de Estudo nº7*. Leiria: Globadvantage – Center of Research in Internacional Business&Strategy.

http://globadvantage.ipleiria.pt/files/2012/08/caso-de-estudo-7_tvi.pdf

GARCÍA AVILÉS José A. (2006), *Las redacciones de los canales "todo noticias" como laboratorio periodístico: los casos de BBC News 24 y Rainews 24*. Barcelona: Trípod. com: revista digital de comunicació, (19).

<http://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/41632/42419>

GOMES, Adelino (2011), *O telejornal e o zapping na era da Internet*. Lisboa: ISCTE-IUL, Tese de Doutoramento em Sociologia.

GONÇALVES, Andreia Raquel Vieira (2011), *A relação do portal web com as notícias televisivas : o caso da RTPN*. Aveiro: Universidade de Aveiro, Tese de Mestrado em Comunicação Multimédia.

<http://hdl.handle.net/10773/7324>

GULYÁS, Ágnes et altri (2012), *2012 Social Journalism Study – United Kingdom*. Cision and Canterbury Christ Church University.

<http://www.cision.com/uk/files/2012/09/Social-Journalism-Study-Full-Report.pdf>

HINDMAN, Douglas Blanks e WIEGAND, Kenneth (2008), *The Big three's prime-time decline: a technological and social context. (top 3 television networks ABC, CBS, and NBC)(Report)*. Journal of Broadcasting & Electronic Media.

http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/177361653_1.html

HUNTER, Mark Lee (2011), *Mapping Digita Media: Digital Media and Investigative Reporting*. Londres: Open Society Media Program.

<http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/digital-media-investigative-reporting-20110526.pdf>

KOHUT Andrew et altri (2010), *Ideological News Sources: Who Watches and Why. Americans Spending More Time Following the News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press.

<http://people-press.org/report/652/>

KOHUT Andrew et altri (2012), *In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press.

<http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>

LIMA, Tiago et altri (2011), *A Televisão na Sociedade em Rede*. Lisboa: Obercom – Observatório de Comunicação.

http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr_sr_setembro_2011_tv.pdf

LOPES, Felisbela (2012), *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra e Paz, Editores S.A.

LOPES, Felisbela (2011), *A TV dos Jornalistas*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.

http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/tv_jornalistas/article/viewFile/558/521

LOPES, Felisbela (2007), *Novos Rumos no Audiovisual Português: O reflexo do Big Brother na Informação Televisiva*. Porto : Campo das Letras.

<http://hdl.handle.net/1822/8726>

MARC, David e THOMPSON, Robert J. (2005), *Television in the Antenna Age – A Concise History*. Nova Iorque: Blackwell Publishing.

MITCHELL, Amy et altri (2012), *Future of Mobile News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press.

http://www.journalism.org/analysis_report/future_mobile_news

NAVARRO, Vinicius (2010), *Entrevista com Henry Jenkins*. Revista Contracampo, (21), 2-25.

<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/77/57>

NUNES, Ricardo Jorge Melo (2012), *Condicionantes do dispositivo mediático na formatação de conteúdos multimédia: análise do dispositivo online do serviço público de televisão em Portugal e Espanha*. Lisboa: FCSH, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação.

<http://hdl.handle.net/10362/7346>

PRIOR, Markus (2003). *Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge*. **Political Communication**, 20 (2): 149-171.

<http://www.princeton.edu/~mprior/Prior2003.Soft%20News.pdf>

PRIOR, Markus (2005), *News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout*. **American Journal of Political Science**, 49(3), 594-609.

<http://www.princeton.edu/~mprior/Prior2005.News v Entertainment.AJPS.pdf>

PRIOR, Markus (2007), *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova Iorque: Cambridge University Press.

PURCELL, Kristen et altri (2010), *Understanding the participatory news consumer. How internet and cell phone users have turned news into a social experience*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press

<http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx>

RAY, Vin (2011), *The BBC Journalism Portal and the Future of Newsroom Production Tools*. BBC Technology, Distribution & Archive.

http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcinternet/img/bbc_journalism_portal_white_paper.pdf

ROSENSTIEL, Tom et altri (2012), *The Future of Mobile News, The explosion in Mobile Audiences and a Close Look at What it Means for News*. Washington DC: The Pew Research Center For The People & The Press

http://www.journalism.org/sites/journalism.org/files/Futureofmobilenews_final1.pdf

SÁNCHEZ CASTILLO, Sebastián (2010), *Los encuadres noticiosos de portada en las Webs de las televisiones españolas: convergencia digital y nuevos discursos informativos*. Libro Nuevo Medios, Nueva Comunicación

<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/011.pdf>

SÁNCHEZ CASTILLO, Sebastián (2011), *Facebook en las web sites televisivas: Espacio de comunicación y socialización de las audiencias*.

http://repodoc.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/30660/Sanchez_ActasIVCongreso.pdf?sequence=1

THUSSU, Daya Kishan (2007), *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage Publications Ltd.

SITES

BBC News Online

<http://www.bbc.com/news/>

El País

<http://elpais.com/>

GMCS, Gabinete para os Meios de Comunicação Social – televisão: breve retrospectiva histórica

<http://www.gmcs.pt/pt/breve-retrospectiva-historica-20121224-161659>

Marktest - audiências dos canais generalistas em 2012

<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1ada.aspx>

OberCom – Observatório da comunicação

<http://www.obercom.pt/content/home>

Pew Research Center

<http://www.pewresearch.org/>

Publico

<http://www.publico.pt/>

TVI24 online

<http://www.tvi24.iol.pt/>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 São cada vez menos as pessoas com muito interesse por notícias (2008-2012).....	20
Figura 2 Qual o meio de acesso a notícias no dia anterior?	21
Figura 3 Share dos canais de notícias 2001-2011	30
Figura 4 Redacção TVI/ TVI24: disposição de editorias e grupos de trabalho	38
Figura 5 <i>Page Views</i> do site tvi24.pt entre 2009 e 2012	53
Figura 6 Estrutura do site tvi24.pt	55
Figura 7 Estrutura do site tvi24.pt (continuação)	56
Figura 8 Destaques Secções (exemplo <i>Política</i>)	59
Figura 9 <i>Page Views</i> na app store das aplicações TVI24 para iPad e iPhone	61
Figura 10 Relação entre as visitas das aplicações TVI24.....	61
Figura 11 Estrutura da aplicação TVI24 para iPad	63
Figura 12 Relação entre as visitas do Facebook e site tvi24.pt via Facebook	67

ANEXOS

ANEXO 1

Elementos Gráficos Jornais: *Ticker*



ANEXO 2

Elementos Gráficos Jornais: *Lead*



ANEXO 3

Elementos Gráficos Jornais: *Mega-Lead*



ANEXO 4

Elementos Gráficos 25ª Hora: *Over the Shoulder*



ANEXO 5

Homepage Site TVI24 (área aproximada do *browser*, sem recorrer a *scroll*)

tvI 24

PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TVI

ULTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ALARME Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%

Anders Breivik diz que matou em «defesa pessoal»
Autor confesso de 77 mortes em Oslo e Utøya fez a saudação nazi em tribunal
FOTOS

Estudo revela que há menos católicos em Portugal

Afganistão: nova ofensiva talibã faz 47 mortos

Gás natural: fatura sobe mais de 4%

Criança de 9 anos morre em despiste de moto

Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau

Guiné: interditado espaço aéreo e marítimo

«Quem manda são os guineenses, não os portugueses»...

Marcelo apela a acordo sobre pacto orçamental

«Ministro tem falado pouco» sobre reformas

Crise obriga famílias a voltarem-se para a terra

PLANO AUTOMÁTICO DE POUPANÇA
Poupar na Caixa é automático. Com Certeza.
CONHEÇA AQUI A NOVA CAMPANHA

Desporto | 2012-04-16 11:59
Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Desporto | 2012-04-16 11:55
Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

Política | 2012-04-16 11:52
Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau

Música | 2012-04-16 11:43
Axl Rose vaiado no Rock and Roll Hall of Fame

Economia | 2012-04-16 11:38
UE: eurodeputados debatem crise com Durão Barroso

mais aqui

mais vídeos actualidade

pesquisar

Terreiro do Paço
A actualidade da semana com Henrique Garcia

Discurso Direto
Programa onde o que conta é a palavra do cidadão.

Olhos nos Olhos
O olhar de Medina Carreira sobre os temas da actualidade...

Prolongamento
Rescaldo da Jornada desportiva

programas e vídeos Liga 2010/11

mais programas

A ACTUALIDADE EM FOTOS

ESCOLHA DO EDITOR


Pato com problemas de personalidade brinca

tempo

transito

Homepage Site TVI24 (continuação)

A ACTUALIDADE EM FOTOS



Noite escura

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

ESCOLHA DO EDITOR

Pato com problemas de personalidade brinca como um cão

Academia de Gastronomia premeia «O Banquete da TV»

Bicicleta que até transporta um carro!

Jovem sobrevive a dois raios

O seu Seguro é Certo?

Calcule já o seu Seguro Automóvel Preços à sua medida!

[Seguradirecta.pt/seguradirectaauto](#)

Cães e cachorrinhos

A procura de um novo lar? Vá já na sua região

[www.roubado.pt/pilares](#)

Festa a Marilyn M.2

Descobre se foste uma famosa estrela americana!

[museu-20-passado.com](#)

Smooth E-cigs

N1 Em Cigarras Electrónicas A Sua Marca De Confiança

[www.smooth-e-cigs.com](#)

Anúncios

SOCIEDADE

Despiste faz dois mortos em Torres Vedras

Carro chocou contra roulotte

- Criança de nove anos morre em despiste de moto
- Número de católicos portugueses tem vindo a diminuir
- Mau tempo: Madeira sob aviso amarelo por vento forte
- GNR controla velocidade em estradas mais mortais

[mais aqui](#)

POLÍTICA

Jerónimo acusa PS de se deixar «amarrar» pela Direita

Críticas duras a António José Seguro

- Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau
- A direita no poder é um pesadelo para o interior
- Marcelo responde aos leitores da tv24.pt
- Marcelo apela a acordo sobre pacto orçamental

[mais aqui](#)

OPINIÃO

- Marcelo responde aos leitores da tv24.pt
- Marcelo apela a acordo sobre pacto orçamental
- «Estado da Guiné-Bissau corre risco de falhar»

[mais aqui](#)

ECONOMIA

Combustíveis: preços descem esta segunda-feira

Desida prevista será de dois céntimos

- UE: eurodeputados debatem crise com Durão Barroso
- Euro abate de 1,30 dólares pela 1ª vez em dois meses
- FMI exige aumento das quotas dos países emergentes
- Mário Lino sai da CGD por acumulação de pensão e salário

[mais aqui](#)

INTERNACIONAL

Onda de tornados mata cinco pessoas nos EUA

Duas das vítimas mortais eram crianças

- Hillary Clinton dança música cubana em discoteca
- Motim em prisão no Brasil com 138 reféns
- Mais de 20 pessoas presas em destroços de fábrica que nulu
- China: 27 mortos em acidentes em minas numa semana

[mais aqui](#)

SONDAGEM

Acredita que os subsídios de férias e Natal vão regressar em 2015?

☒ Sim, mas de forma gradual

☐ Não, nunca mais

☐ É impossível sabermos isso agora

[outras sondagens](#) [ver resultados](#) [votar](#)

DESPORTO

«Sporting é uma grande equipa»

Llorente, avanço do Atlético Bilbao elogia mal da Liga Europa

- Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea
- Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos
- Godinho Lopes: «Com Sá Pinto jogadores falam a mesma língua»
- Euro 2012: escolha os 23 de Portugal

[mais aqui](#)

TECNOLOGIA

Maior satélite de observação civil em perigo

Envicart perdeu contato com a Terra

- Zorinho e Edite entre os 10 mais influentes no Twitter
- Ciência: investigação pública é mais eficaz do que a privada
- Google homenageia Robert Doisneau
- Gulbenkian inaugura «Wikipédia» do património português

[mais aqui](#)

Jornalistas na Media Capital Rede

Pedro Moreira TVI Durão Barroso "absolutamente confiante que Espanha pode cumprir desafios económicos". Depois de juros divididos terem passado os 6 por cento.

Luis Sobral En 181a, información Lo que se juega la otra Liga BBVA: los clubes españoles arrastran una deuda de 4 millones de millones de euros.

[Join the conversation](#)

Cinema

«Linha Vermelha»: o outro documentário...

[mais filmes aqui](#)

Entretenimento

Entrevista exclusiva Luc Ritz

Queria revelar razões da separação de António Pedro Carreira

Foto: Kevin Costner revela que princesa Diana seria a protagonista do «O Guardador de Rebanhos»

Foto: Victoria Beckham com visual exótico em produção chinesa

Robin Gibb está em coma

Rihanna chorou ao treinar para novo filme

José & Érika apresentam novo disco em Portugal

Fotos e vídeo: Shakira pede «filantropia» na Cimeira das Américas

Axl Rose vaiado no Rock and Roll Hall of Fame

Programação - Semana de 2014-2015

2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	Sáb	Dom
06:00 Livreria Ideal						
06:30 TVI24 - Diário da Manhã						
10:00 Discurso Direto						
11:00 Notícias						
12:00 Notícias						
13:03 Terreiro do Paço						
14:00 Notícias						
15:03 Discurso Direto						
16:00 Notícias						
17:00 Notícias						
18:00 Notícias						
19:00 Notícias						
20:00 Observatório do Mundo						

TERREIRO DO PAÇO

DISCURSO DIRETO

OLHOS NOS OLHOS

[Toda a programação >](#)

RSS Estatuto edit: Login Botão

ANEXO 6

Site TVI24: Links disponíveis no menu superior esquerdo

1. Últimas



2. Sociedade

No SIM 12:24 PM 76%

Google tvi24 Últimas...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:18 | NBA: Lakers vencem Mavericks sem Kobe Bryant Plano: descontos na sua cidade

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ALARME Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%

SOCIEDADE

Página 1 de 269 1 2 3 4 5 seguinte

[2012-04-16 10:49]
Criança de nove anos morre em despiste de moto
Pai ficou com ferimentos graves em Marinha das Ondas

[2012-04-16 09:57]
Número de católicos portugueses tem vindo a diminuir
Estudo da Universidade Católica revela que são já três milhões os não católicos em Portugal

[2012-04-16 09:01]
Mau tempo: Madeira sob aviso amarelo por vento forte
Esperam-se rajadas de vento que podem chegar aos 95km/h

[2012-04-16 00:57]
GNR controla velocidade em estradas mais mortais
Operação no âmbito de uma iniciativa de polícias de trânsito da Europa

[2012-04-15 22:55]
Crise obriga famílias a voltarem-se para a terra
Mercado de Paços de Ferreira enche-se, aos domingos, para escoar excedentes da horta

[2012-04-15 22:49]

Parabéns!
Um BMW série 1, Cabrio ou Coupé par si!
Acaba de ser seleccionado pelo nosso gerador aleatório como o possível **VENCEDOR EXCLUSIVO** de um: **BMW série 1, Cabrio ou Coupé!**
Se foi seleccionado, [clique aqui](#)

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Desporto | 2012-04-16 11:55
Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adentos

[mais aqui](#)

[pesquisar](#)

Contra o corte de férias?
É contra ou a favor do corte nos dias de férias? Participe!
[estatisticas-de-portugal.com](#)

Auto Sapo®
Compre ou Anuncie Grátis. Os melhores negócios fazem-se aqui.
[auto.sapo.pt](#)

Credito Pessoal Facil
Precisa de Dinheiro Extra? Veja ofertas de credito pessoal
[www.top-credito.com/](#)

Excel Consulting
Desenvolvimento de aplicações e consultoria em Excel
[www.excelconsulting.pt](#)

Anúncios

planeo DIVERSÃO-EM-ESPANHA

[Login](#) [Registo](#)
Saiba quais as vantagens de se registar

3. Política

No SIM 12:24 PM 76%

Google tvi24 Notícias e...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

GUINÉ-BISSAU Primeiro-ministro recebe visita da Cruz Vermelha

POLÍTICA

Página 1 de 92 1 2 3 4 5 seguinte

[2012-04-16 11:52]
Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau
Presidente da Comissão Europeia reclama a libertação imediata dos líderes políticos
video

Tweet Share

[2012-04-16 11:34]
«A direita no poder é um pesadelo para o interior»
Líder do PS Bragança lança duras acusações ao atual Governo na abertura das Jornadas Parlamentares do Partido Socialista

Tweet

[2012-04-16 00:12]
Marcelo responde aos leitores da tvi24.pt
Comentador falou sobre subsídios de férias e de Natal, do aumento da idade de reforma, do resgate de portugueses em países de risco e das mu...
video

Tweet

[2012-04-15 23:36]
Marcelo apela a acordo sobre pacto orçamental
«É um tópico de regime», sublinha o comentador

Tweet

[2012-04-15 23:23]
«Estado da Guiné-Bissau corre risco de falhar»
Marcelo Rebelo de Sousa considera que o Governo português «fez muito bem em enviar já meio...
video

Tweet

pub

+lidas +comentadas +partilhadas últimas

Música | 2012-04-16 12:20
Rihanna partilha fotos em biquíni no Twitter

Sociedade | 2012-04-16 12:20
Três homens tentam assaltar carrinha de valores

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
... mais aqui

pesquisar

Login Registo
Saiba quais as vantagens de se registar

4. Economia

Ao seleccionar o menu *economia*, é aberto o site da Agência Financeira

No SIM 12:25 PM 76%

Google tvi24 Notícias...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:20 | Rihanna partilha fotos em biquíni no Twitter Planeio: descontos na sua cidade

AF AGÊNCIA FINANCEIRA pesquisar OK

Mercados Economia Política Finanças Empresas Dinheiro Pessoal Media e Tecnologia Opinião Vídeos Simuladores ÚLTIMAS

MERCADOS Euro abaixo de 1,30 dólares pela 1ª vez em dois meses



«Missão impossível» em Espanha? Juros já superam 6%

- Gás natural: fatura sobe mais de 4%
- Crise agrava IRS em 201 milhões de euros
- Mário Lino sai da Caixa por acumulação de pensão e salário. Quem substitui?
- Isenções nas antigas SCUT acabam
- São 26 as empresas que fecham por dia
- Zona Euro: comércio externo com excedente
- Toyota vai despedir 350 trabalhadores
- TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

► Mais notícias

Dinheiro Pessoal

Crise agrava IRS em 201 milhões de euros

Gás natural: fatura sobe mais de 4%

Combustíveis: preços descem esta segunda-feira

Híperes oferecem hotel a troco de compras

Simuladores

Casa - prestação Valor de Aquisição 0.00 €

Casa - valor aquisição Prazo 0 anos

Crédito Pessoal Indexante Euribor 6 Meses

Leasing Automóvel Spread 0.000 %

Mais simuladores

Mercados

PSI-20	PSI Geral	IBEX 35	N100	N150	Cac40	AEX
-0.33%	-0.66%	-0.23%	0.76%	-0.08%	0.97%	0.21%

Euribor 3 meses	0.750%
Euribor 6 meses	1.044%
Euribor 12 meses	1.375%

USD	1.302	-0.0043
GBP	0.822	-0.0017
YEN	105.150	-0.53

Ouro	\$1658.580
Prata	\$31.460
Platina	\$1595.000

► Notícias de Mercados



PORTUGUESES BEBEM MENOS LEITE NO FINAL DE 2011

Fonte: Nielsen

pub

Subscriba a newsletter

f tvi24 Cinco Dias

últimas +lidas +comentadas +votadas

12:07 TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

11:38 UE: eurodeputados debatem crise com Durão Barroso

11:15 Euro abaixo de 1,30 dólares pela 1ª vez em dois meses

11:02 FMI exige aumento das quotas dos países emergentes

10:34 Mário Lino sai da CGD por acumulação de pensão e salário

10:21 Crise agrava IRS em 201 milhões de

pub

Blogues

Sérgio Bastos

Fotos da estreia da rota Ryanair Porto - Dole

RCB

Reembolso do IRS irá mesmo ocorrer 20 dias após a entrega online?

Login Registo

Seja quais as vantagens de se registar



Zorinho e Edite entre os 10 mais influentes no Twitter



Cortes na Segurança Social «antecipam segundo resgate»



Compras da China a Portugal aumentam 69 por cento



Bombas: combustíveis já estão mais baratos 2 céntimos

5. Internacional

No SIM 12:25 PM 76%

Google tvi24 Últimas...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ALARME Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%

INTERNACIONAL

Página 1 de 145 1 2 3 4 5 seguinte

 [2012-04-16 12:03]
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha
Carlos Gomes Júnior está detido pelos militares revoltosos em parte incerta

 [2012-04-16 10:55]
Hillary Clinton dança música cubana em discoteca
Secretária de Estado norte-americana divertiu-se na noite colombiana

 [2012-04-16 10:33]
Motim em prisão no Brasil com 138 reféns
Detidos estão armados com três espingardas

[2012-04-16 10:17]
Mais de 20 pessoas presas em destroços de fábrica que ruíu
Edifício na Índia colapsou com trabalhadores no interior

[2012-04-16 10:11]
China: 27 mortos em acidentes em minas numa semana
Corpos dos 12 mineiros que ficaram presos numa mina no nordeste do país já foram resgatado...

[2012-04-16 09:35]
Cidadã suíça raptada no Mali

+lidas +comentadas +partilhadas últimas

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Desporto | 2012-04-16 11:55
Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adentos

pesquisar

Login **Registo**
Saiba quais as vantagens de se registar

6. Desporto

Ao seleccionar o menu *desporto*, é aberto o site Mais Futebol

No SIM 12:15 PM 78%

Google tv24 CHELSEA...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

Também na à 6ª feira, 22:30 horas.

MAISFUTEBOL

Pesquisar

ÚLTIMAS AO VIVO LIVESCORE MADE IN INCRÍVEL VÍDEOS FOTOS EURO2012 E-GOLO E-QUIZ APLICAÇÕES FOTOS DO DIA

LIGA + COMPETIÇÕES INTERNACIONAL LIGA DOS CAMPEÕES LIGA EUROPA SELEÇÃO TRANSFERÊNCIAS + DESPORTOS

Notícias | Classificação | Calendário | Marcadores | Disciplina | Estatísticas | Tops | Jogadores | Clubes | Histórico

REPORTAGEM MAISFUTEBOL: Helton, Luisão, Polga - a mística com sotaque

GERAL 1 de 15 notícias

Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Treinador dos «spurs» lamenta a validação de um lance de Juan Mata, no Tottenham-Chelsea (1-5) da FA Cup

Por Redação 2012-04-16 11:59h

Like Sign Up to see what your friends like.

PUB [Plano.pt](#) Ofertas de lazer, beleza, viagens e muito mais até 90% desconto!

O Chelsea ganhou por 5-1 ao Tottenham, em jogo das meias-finais da Taça de Inglaterra. O segundo golo dos «blues» foi polémico e não existiu. Na sequência de um canto, o internacional espanhol Juan Mata tentou o golo, mas a bola foi despachada pela defesa dos «spurs». No entanto, o árbitro Martin Atkinson, validou o tento.

As queixas foram feitas no momento pelos jogadores e depois pelo treinador, Harry Redknapp.

«Não foi golo, nem nada que se pareça. Foi um erro honesto, mas não foi golo. O árbitro cometeu um grande erro. Não o fez de propósito, mas não percebo como pode validá-lo. A bola não chegou a entrar. Não se tratou de um lance rápido em que alguém chuta, havia jogadores deitados à frente da linha. É impossível que a bola tenha passado», justificou.

Assim, e porque se tratou de um jogo decisivo, as queixas foram maiores e o apelo à introdução da tecnologia de baliza aumentou. «Precisamos de tecnologia de baliza. Tem de acontecer. Não podemos continuar a ter situações como esta, em que decisões importantes não são correctas. Percebi pela reacção dos jogadores e na televisão vi que a bola não entrou», afirmou.

O treinador do Chelsea, Roberto Di Matteo, entende as queixas do Tottenham, mas justificou que a derrota não aconteceu devido a esse lance polémico.

«Neste caso tivemos sorte, mas já várias vezes tivemos decisões contrárias. Nós não marcámos só duas vezes. Já falei sobre a importância de usar tecnologia. Mas já tínhamos marcado um golo e depois marcámos mais, por isso não acredito que este erro tenha tido influência no resultado», disse.

Leia também:

Recetores Tdt Não perca o seu sinal de Tvi Na Staples ao melhor preço. [www.staples.pt](#)

Tarot e Dinheiro Quer saber como irá ser a sua vida financeira no futuro? Clique aqui. [leituradecartastarot.com](#)

Anúncios

ÚLTIMAS PB- GERAL

- Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea
- Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos
- FOTOS: o fim de semana em dois minutos
- Godinho Lopes: «Com Sá Pinto jogadores falam a mesma língua»

Todas as notícias de Geral

EXPERIMENTA SEM RISCO E GANHA UM REEMBOLSO

REGISTA-TE JÁ >>

11:59 Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

11:55 Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

11:51 FOTOS: o fim de semana em dois minutos

11:35 Godinho Lopes: «Com Sá Pinto jogadores falam a mesma língua»

10:58 Inglaterra: homem detido por chantagear Balotelli

10:47 Man Utd: Ferguson confirma empréstimo de Fábio

NA PRIMEIRA PÁGINA

1 O fim de semana em dois minutos

CONTAMOS-LHE TUDO o que precisa saber sobre o fim de semana. Veja já!

2 Inglaterra Chelsea na final da Taça, com polémica e goleada.

United foge ao City, Nani fechou goleada

At. Bil

7. Tecnologia

No SIM 12:28 PM 76%

Google tvi24 Notícias e...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:18 | NBA: Lakers vencem Mavericks sem Kobe Bryant Planeio: descontos na sua cidade

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

GUINÉ-BISSAU Primeiro-ministro recebe visita da Cruz Vermelha

TECNOLOGIA

Página 1 de 31 1 2 3 4 5 seguinte

 [2012-04-16 11:17]
Zorinho e Edite entre os 10 mais influentes no Twitter
Estudo revela as personalidades portuguesas mais influentes na área da política

 [2012-04-16 13:37]
Ciência: investigação pública é mais eficaz do que a privada
Defende pioneiro no estudo das células estaminais, Irving Weissman

 [2012-04-14 17:30]
Google homenageia Robert Doisneau
Pioneiro do fotojornalismo, Doisneau é autor da famosa fotografia «O Beijo do Hotel de Ville»

[2012-04-13 18:38]
Gulbenkian inaugura «Wikipédia» do património português
Fundação vai permitir que internautas colaborem no inventário de obras influenciadas pela ...

[2012-04-13 17:37]
Apple lança ferramenta contra vírus Flashback
Programa malicioso terá infetado 600 mil computadores

[2012-04-13 16:40]
Maior satélite de observação civil em perigo

Uma aventura única
Madeira, onde aventura é realidade! Aventure-se neste paraíso!
www.visitmadeira.pt

Auto Sapo®
Compre ou Anuncie Grátis. Os melhores negócios fazem-se aqui.
auto.sapo.pt

Casino da Sorte Português
Jogue sem necessidade de depósito Ou ganhe \$200 no depósito de 200
www.luckycasinopt.com/

Fabrica de Moveis Medida
Decoração Interiores. Projectos 3d Loja em sua casa. Gratuitamente.
www.moveivivo.com

Anúncios

+lidas +comentadas +partilhadas últimas

Música | 2012-04-16 12:20
Rihanna partilha fotos em biquíni no Twitter

Sociedade | 2012-04-16 12:20
Três homens tentam assaltar carrinha de valores

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
mais aqui

pesquisar

Casino da Sorte Português
Jogue sem necessidade de depósito Ou ganhe \$200 no depósito de 200
www.luckycasinopt.com/

Credito Pessoal Facil
Precisa de Dinheiro Extra? Veja ofertas de credito pessoal
www.top-credito.com/

Excel Consulting
Desenvolvimento de aplicações e consultoria em Excel
www.excelconsulting.pt

Samsung Xcover S5690
O anti-choque full touchscreen Android da Samsung.. na Era, claro!
www.era.digital.pt

Anúncios

planeo ESCAPADA-EM-FAMILIA-NO-ALGARVE



Login **Registo**
Saiba quais as vantagens de se registar

8. Música

No SIM 12:28 PM 76%

Google tvi24 IOL Músic...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:26 | Brasil: jogador sofre convulsões em campo Faça do IOL a sua homepage iol

MÚSICA tvi24

Notícias Entrevistas Agenda Listas Vídeos Fotos CINEBOX



Axl Rose vaiado no Rock and Roll Hall of Fame (fotos)

O Lobo Mau e o Capuchinho Vermelho, segundo os Moonspell

Al Jarreau atua no festival Cool Jazz a 8 de julho

«Dr House» dá concerto em Lisboa a 31 de julho

Parabéns!
Um BMW série 1, Cabrio ou Coupé par si!

Acaba de ser seleccionado pelo nosso gerador aleatório como o possível **VENCEDOR EXCLUSIVO** de um: **BMW série 1, Cabrio ou Coupé!**

Se foi seleccionado, [clique aqui](#)

Like 5275 likes. Sign Up to see what your friends like.



Robin Gibb está em coma desde sexta-feira

Cantor dos Bee Gees luta contra o cancro e contraiu uma pneumonia



Filha de Kurt Cobain quer Courtney Love fora do Twitter

Frances Bean Cobain diz que a mãe deve ser banida desta rede social na Internet



Obama gosta mais de Jay-Z do que de Kanye West

«Mas eu até gosto do Kanye. Ele é um cretino, mas tem talento», explicou o presidente dos EUA

FOTOS



Últimas +vistas +comentadas

2012-04-16 | 11:43
Axl Rose vaiado no Rock and Roll Hall of Fame

2012-04-14 | 19:07
Robin Gibb está em coma

[Login](#) [Registo](#)

Saiba quais as vantagens de se registar

9. Cinebox

No SIM 12:31 PM 75%

Google tvi24 CINEBOX...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

1ª PÁGINA NOTÍCIAS VÍDEOS FOTOGALERIAS PROGRAMAS PESQUISAR tvi24

CINEBOX

Espelho, espelho meu, qual é a melhor Branca de Neve?

35 anos depois do original, o espelho continua a desiludir a Rainha Má. Em dois meses estreiam dois filmes sobre esta história mágica

TOP BILHETEIRA

- 1 American Pie
- 2 Lorax
- 3 Titanic
- 4 Fúria de Titãs
- 5 Os Jogos da Fome

«Os Vingadores»: 3 novos trailers

PUB

VÍDEOS

PESQUISAR

10. Celebidades

No SIM 12:31 PM 75%

Google tvi24 Lux - Últi...

IDL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IDL a sua homepage

Lux.pt

Últimas Nacional Internacional Moda e Beleza Destinos Culinária Decoração Casamentos Criança Saúde

Fotos Vídeos Passatempos Votações Directório Edição Impressa Agenda pesquisa

«A Tua Cara não me é Estranha» Todas as fotos, vídeos e notícias!

Video: Espanhóis criticam rei Juan Carlos

Piromario Morosini: morte abrupta aos 25 anos choca Itália

Hillary Clinton bebe e dança música cubana em discoteca

Brevik faz saudação nazi e diz que agiu em «defesa pessoal»

Mariza fala no regresso aos palcos em entrevista exclusiva

Lux no Facebook Gosta 28,303

últimas + vistas + comentadas

11:56h | Video: otimizar o espaço em casa

11:39h | Fotos: Salma Hayek estreia na antestreia de «Here Comes the Boom» em Cancun

11:28h | Fotos: 2012 Rock n' Roll Hall of Fame

11:28h | Saiba qual é o árbitro mais bem pago de Portugal

11:20h | Diversão: Hillary Clinton bebe e dança música cubana em discoteca

10:37h | Video: José Raposo imita Alfredo Marceneiro

10:23h | Video: Luciana Abreu volta a vencer «A Tua Cara não me é Estranha»

10:15h | Entre a vilão: Paul McCartney lança

Já nas bancas! Edição anterior Assine a revista Lux

AS FOTOS

Dior apresenta coleção primavera-verão em Xangai

2012 Rock n' Roll Hall of Fame

Cerimónia de entrega dos prémios TV Land

Famosos apolam Paul McCartney no lançamento de «My Love»

Antestreia de «To Rome with Love» em Roma

Reese Witherspoon grávida de 4 meses

TOP 5 as mais votadas da semana

1 2012-04-11 16:29 Cadela salta para a piscina para salvar cachorrinho

2 2012-04-11 11:20 Arquileto Fernando Hipólito cria nova Loja da InDiscreta na Parede

2012-04-13 00:01

LOOK DO DIA

Web me Lov

PENÉLOPE CRUZ

A atriz espanhola escolheu um elegante vestido de renda para a antestreia do filme «From Rome with Love»

Lux Especial Decoração outono/inverno Casas com alma, quartos de vestir - tudo em ordem e shopping das últimas tendências. Já nas bancas!

Lux Especial Criança Outono/Inverno

11. Acredite se quiser

No SIM 12:32 PM 75%

Google tvi24 Últimas...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:20 | Três homens tentam assaltar carrinha de valores Planeo: descontos na sua cidade

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TVI

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca


GUINÉ-BISSAU Primeiro-ministro recebe visita da Cruz Vermelha

ACREDITE SE QUISER

Página 1 de 32 1 2 3 4 5 seguinte

[2012-04-16 10:55]
 **Facebook leva britânica a destruir carro de ex-namorado**
 Mulher vinga-se após ataque de ciúmes quando viu que este tinha mudado o seu estado para solteiro

Tweet 1 Share 175 VOX 9

[2012-04-15 20:18]
 **Cadela vela amigo atropelado na estrada**
 Animal arriscou a vida no meio do trânsito de uma estrada de La Puente, na Califórnia

Tweet 12 Share 265 VOX 1

[2012-04-15 18:39]
 **Pato com problemas de personalidade brinca como um cão**
 A dona atira-lhe um chinelo para longe e ele corre a apanhá-lo e a trazê-lo de volta

Tweet 7 Share 117 VOX 1

[2012-04-15 16:33]
Jovem sobrevive a dois raios na cabeça
 Matt Wilks acredita ter sido salvo por um chapéu

Tweet 7 Share 43 VOX 0

[2012-04-14 23:45]
Compra uma tarte e encontra pano sujo lá dentro
 Vicky Sylvester reclamou junto da empresa que produz as tortas e recebeu um cheque, que co...

Tweet 3 Share 19 VOX 0

[2012-04-14 22:56]
Jovem apanhado com 89 doses de droga no pénis

OfficeBox
 OFFICE BOX.
 UMA PEÇA FUNDAMENTAL NAS
 COMUNICAÇÕES DA SUA EMPRESA.
 PT Negócios

Política | 2012-04-16 12:24
 Passos está preso «ao escritório de São Bento»

Sociedade | 2012-04-16 12:20
 Condutor de carrinha de valores apanha assaltante

Música | 2012-04-16 12:20
 Rihanna partilha fotos em biquíni no Twitter

Desporto | 2012-04-16 12:10
 Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
 TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03

mais aqui

pesquisar

Hipnose / Hipnoterapia
 Sessões com Mário Rui Santos - Lisboa - B.alto / Porto - Cedofeita
 www.mariouisantos.net

Contra o corte de férias?
 É contra ou a favor do corte nos dias de férias? Participe! estatísticas-de-portugal.com

Credito Pessoal Facil
 Precisa de Dinheiro Extra? Veja ofertas de credito pessoal www.top-credito.com/

Não aceites menos.
 Ganha mais na Bettefair. Descobre aqui. www.bettefair.com

Anúncios

planeo DIVERSÃO-EM-ESPANHA

Login Registo
 Saiba quais as vantagens de se registar

12. Esta é a boca

No SIM 12:32 PM 75%

Google tvi24 tvi24...boca

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ULTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

GUINÉ-BISSAU Primeiro-ministro recebe visita da Cruz Vermelha

ESTA É BOCA

Página 1 de 8 1 2 3 4 5 seguinte

[2012-04-14 11:00]
«PS/Açores foi cúmplice da irresponsabilidade»
Acusação feita por Jorge Moreira da Silva na abertura do congresso do PSD nos Açores
vídeo

Share VOX 0

[2012-04-12 23:56]
«Não falta emprego, falta é gente para trabalhar»
Ministra da Agricultura promete verbas e terra para cultivar

Share 1073 VOX 18

[2012-04-12 14:57]
«Na política não se pode ter razão antes do tempo»
Correia de Campos lembra os tempos que foi ministro da Saúde

Share VOX 0

[2012-04-11 21:02]
«Fim do SNS é a morte dos mais carenciados»
Padre Lino Maia lança alerta, após declarações do ministro da Saúde sobre a sustentabilidade...

Share VOX 5

[2012-04-11 15:47]
Luís Filipe Menezes: «Nós precisamos muito do PS»
Antigo líder do PSD diz que está na hora de António José Seguro «se descolar completamente...

Share 5 VOX 6

[2012-04-09 15:40]
«Competência é triturada nas malhas político-administrativas»

Música | 2012-04-16 12:20
Rihanna partilha fotos em biquíni no Twitter

Sociedade | 2012-04-16 12:20
Três homens tentam assaltar carrinha de valores

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
mais aqui

pesquisar

Login Registo
Saiba quais as vantagens de se registar

ANEXO 7

Site TVI24: Links disponíveis no menu superior direito

Programas/Programação

The screenshot displays the TVI24 website interface. At the top, there's a navigation bar with the Google logo, a search bar containing 'tvi24', and a menu with 'Programa...'. Below this is a secondary navigation bar with links to 'IOL.pt', 'Correio', 'Empresas', and 'Última hora:'. The main header features the 'tvi24' logo and a menu with 'PROGRAMAS', 'VÍDEOS', 'FOTOS', 'MOBILE', and 'TVI'. A horizontal bar below the header lists various topics: 'ÚLTIMAS', 'SOCIEDADE', 'POLÍTICA', 'ECONOMIA', 'INTERNACIONAL', 'DESPORTO', 'tecnologia', 'música', 'cinebox', 'celebridades', 'acredite se quiser', and 'esta é boca'.

The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'PROGRAMAÇÃO', shows a weekly schedule for the week of April 16th to 22nd. The right column, titled 'ALARME', features a news article about Spanish debt interest rates exceeding 6%.

The 'PROGRAMAÇÃO' section lists the following programs and times:

- 06:00 | Livraria Ideal
- 06:30 | TVI24 - Diário da Manhã
- 10:00 | Discurso Direto
- 11:00 | Notícias
- 12:00 | Notícias
- 13:03 | Terreiro do Paço
- 14:00 | Notícias
- 15:03 | Discurso Direto
- 16:00 | Notícias
- 17:00 | Notícias
- 18:00 | Notícias
- 19:00 | Notícias
- 20:00 | Observatório do Mundo
- 20:20 | Observatório do Mundo
- 21:00 | Notícias
- 21:30 | Olhos nos Olhos
- 22:30 | Prolongamento
- 00:00 | 25ª Hora
- 01:33 | Olhos nos Olhos
- 02:30 | Repórter TVI - TVI24
- 03:00 | Prolongamento
- 04:28 | Observatório do Mundo
- 04:53 | Observatório do Mundo
- 05:30 | Turbo24

The 'ALARME' section highlights the article 'Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%'. Below this, there are three featured program thumbnails:

- TERREIRO DO PAÇO**: Domingo, A atualidade da semana com Henrique Garcia.
- DISCURSO DIRETO**: Do 2ª e 4ª, Programa onde o que conta é a palavra do cidadão.
- OLHOS NOS OLHOS**: Finanças, O olhar de Medina Carreira sobre os temas da actualidade.

The right sidebar contains a 'Últimas' section with a list of news items, including 'Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado', 'TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço', 'PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha', 'Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea', and 'Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adentos'. Below this is a search bar and a section for 'Anúncios' (Advertisements) with links for 'Hipnose / Hipnoterapia', 'MEO agora por €24,99/mês', 'Melhor Bolo de Chocolate', and 'Auto Sapo®'.

Secção (Últimos) Vídeos

No SIM 12:20 PM 77%

Google tvi24 Vídeos de...













IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:10 | Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado Faça do IOL a sua homepage

tvi 24

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

VIDEOS - 34000 vídeos 1 2 3 4 5 seguinte

TODOS OS VÍDEOS | INFORMAÇÃO | LEGISLATIVAS 2011 | ECONOMIA | MÚSICA | CINEMA | DESPORTO | CELEBRIDADES

 <p>Guiné: partidos deixam aviso a portugueses</p>	 <p>Marcelo responde às perguntas dos leitores</p>	 <p>Este domingo, nevou na serra</p>
 <p>Marcelo apela a acordo sobre pacto orçamental</p>	 <p>«Estado da Guiné-Bissau corre risco de falhar»</p>	 <p>«Ministro tem falado pouco» sobre reformas</p>
 <p>Meios portugueses partem rumo à Guiné-Bissau</p>	 <p>Bombeiros apresentam proposta de financiamento ao MAI</p>	 <p>Afeganistão: 14 talibã mortos, presidente escondido</p>
 <p>Opinião pública critica Juan Carlos</p>	 <p>Crise leva famílias a regressar à agricultura</p>	 <p>Jerónimo acusa PS de se deixar «amarrar» pela Direita</p>

34000 vídeos 1 2 3 4 5 seguinte

Programação - Semana de 16 de maio a 22 de maio

2ª 3ª 4ª 5ª 6ª Sáb Dom

Login Registo
Saiba quais as vantagens de se registar

Secção Fotos

No SIM 12:23 PM 77%

Google tvi24 Fotografia...














IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:18 | NBA: Lakers vencem Mavericks sem Kobe Bryant Faça do IOL a sua homepage

tvi24

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

FOTOS 2867 galerias 1 2 3 4 5 seguinte

TODAS SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | TECNOLOGIA | MÚSICA | CINEMA

 <p>Coachella 2012: Os melhores momentos</p>	 <p>Rihanna partilha novas fotos com os fãs</p>	 <p>As estrelas do Rock and Roll Hall of Fam...</p>	<p>PESQUISAR FOTOS >></p> <p>Qual é a mulher?</p>  <p>A esquerda A direita</p>
 <p>Hillary Clinton diverte-se com música cu...</p>	 <p>Arranca o julgamento de Anders Breivik</p>	 <p>Centenas de flores pela manutenção da MA...</p>	
 <p>Talibãs fazem múltiplos atentados no Af...</p>	 <p>Tornados devastam zona central dos EUA</p>	 <p>Compra uma tarte e encontra pano sujo lá...</p>	
 <p>Centenas em protesto pelos animais</p>	 <p>Quando os transportes servem para transp...</p>	 <p>Google homenageia Robert Doisneau</p>	

2867 galerias 1 2 3 4 5 seguinte

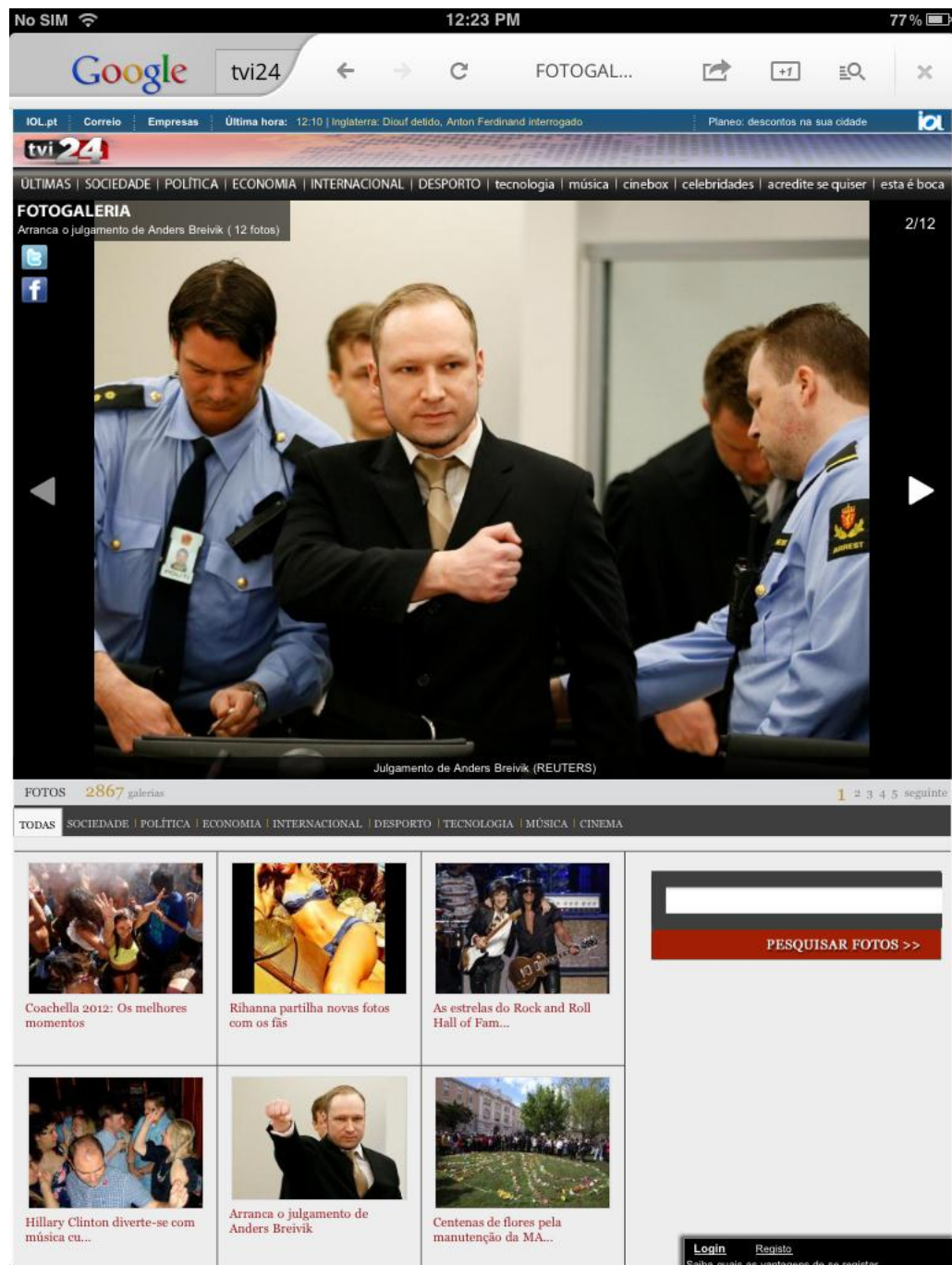
Programação - Semana de 16 de Abril a 22 de Abril

Login Registo Saiba quais as vantagens de se registar

Nota: O *link* Mobile remete para as aplicações para dispositivos móveis existentes e o *link* TVI direcciona o utilizador para o site tvi.pt

ANEXO 8

Conteúdos Secção Fotos: fotogaleria



ANEXO 9

Notícia com galeria de fotos – acesso através da secção *internacional*

The screenshot displays the tvi24 website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'PROGRAMAS', 'VÍDEOS', 'FOTOS', 'MOBILE', and 'TVI'. Below this, a banner for 'planeo' is visible. The main content area features a news article titled 'Breivik faz a saudação nazi em tribunal' under the 'INTERNACIONAL' section. The article includes a large photo of Anders Behring Breivik, a video player, and a gallery of photos. The text of the article discusses the trial of Breivik, who is accused of the 2011 Norway attacks. The article is dated 16-4-2012 at 8:37. On the right side, there's a sidebar with various news topics and a 'planeo' advertisement. At the bottom, there's a program schedule for the week of April 16 to 22, 2012, listing various TV programs and their times.

ANEXO 10

Notícia Secção Desporto acesso via últimas (com vídeo, sem desenvolvimento no site Mais Futebol)

No SIM 12:17 PM 78%

Google tvi24 Argentina...

tvi24 PROGRAMAS Vídeos FOTOS MOBILE TV

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ALARME Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%

DESPORTO

Notícia 2 das 10 últimas

Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

Santiago Silva, Franco Sosa e Rolando Schiavi perderam o jogo e agrediram adeptos do Tigre.

Por: Redacção / NFM | 16-4-2012 11:55

Like Sign Up to see what your friends like.

Tweetar 0 Like Send

Não aceites menos.
Ganha mais na Betfair. Descobre como aqui.
www.betfair.com

Jovem Adulta.
O novo filme de Charlize Theron! Veja aqui o trailer!
www.jovemadulta-ofilme.com.pt

Anúncios

Jogadores de Boca se golpear con hinchas de ...

INCIDENTES EN LA SALIDA DE BOCA

O Boca Juniors perdeu, na madrugada desta segunda-feira, por 2-1 em Victoria, terreno do Tigre, em encontro da décima jornada do Torneio Clausura da Argentina.

[Veja o desenvolvimento da notícia no Mais Futebol](#)

Comentários [Ver artigos lidos](#)

Ainda não existem comentários a esta notícia.
Seja o primeiro! Deixe o seu comentário no formulário.

VOX

Faça **LOGIN**
ou [registre-se](#) para comentar.

Desporto | 2012-04-16 11:59
Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Desporto | 2012-04-16 11:55
Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

Política | 2012-04-16 11:52
Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau

Música | 2012-04-16 11:43
Axl Rose vaiado no Rock and Roll Hall of Fame

Economia | 2012-04-16 11:38
UE: eurodeputados debatem crise com Durão Barroso

[mais aqui](#)

[pesquisar](#)

Não aceites menos.
Ganha mais na Betfair. Descobre como aqui.
www.betfair.com

MEO agora por €24,99/mês
Televisão + Internet + Telefone Adira já! O MEO liga-lhe grátis
www.meo.pt

Animar-di
Associação Portuguesa para o desenvolvimento local
www.animar-di.pt

Formula Secreta Emagrecer
Visto na Tv Não seja um Peso Pesado!
Adielaformulaemagrecer.com

Anúncios

planeo ESCAPADA-EM-FAMILIA-NO-ALGARVE

Login **Registo**

2.ª Edição Saiba quais as vantagens de se registar

Notícia Secção Desporto acesso via últimas (apenas texto, com desenvolvimento no site Mais Futebol)

No SIM 12:15 PM 78%

Google tvi24 Redknapp...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 12:07 | TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço Faça do IOL a sua homepage

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TV

ULTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ALARME Juros da dívida espanhola ultrapassam 6%

DESPORTO

Notícia 1 das 10 últimas

Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Treinador dos «spurs» lamenta a validação de um lance de Juan Mata, no Tottenham-Chelsea (1-5) da FA Cup

Por: Redacção / MA | 16-4-2012 11:59

Like Sign Up to see what your friends like.

Tweetar 0 Like Send

Não aceites menos.
Ganha mais na Betfair. Descobre como aqui.
www.betfair.com

Divórcio Advogados Gaia.
Por mútuo acordo ou litigioso. Partilha de bens, poder paternal.
www.divorcio-advogados.org

Anúncios

O Chelsea ganhou por 5-1 ao Tottenham, em jogo das meias-finais da Taça de Inglaterra. O segundo golo dos «blues» foi polémico e não existiu. Na sequência de um canto, o internacional espanhol Juan Mata tentou o golo, mas a bola foi despachada pela defesa dos «spurs». No entanto, o árbitro Martin Atkinson, validou o tento.

As queixas foram feitas no momento pelos jogadores e depois pelo treinador, Harry Redknapp.

[Veja o desenvolvimento da notícia no Mais Futebol](#)

Comentários [Ver artigos lidos](#)

Ainda não existem comentários a esta notícia.
Seja o primeiro! Deixe o seu comentário no formulário.

VOX

Faça **LOGIN** ou [registre-se](#) para comentar.

Desporto | 2012-04-16 12:10
Inglaterra: Diouf detido, Anton Ferdinand interrogado

Economia | 2012-04-16 12:07
TV engana-se e passa pornografia ao pequeno-almoço

Internacional | 2012-04-16 12:03
PM guineense recebe visita da Cruz Vermelha

Desporto | 2012-04-16 11:59
Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Desporto | 2012-04-16 11:55
Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adentos

[mais aqui](#)

[pesquisar](#)

Não aceites menos.
Ganha mais na Betfair. Descobre como aqui.
www.betfair.com

Contra o corte de férias?
É contra ou a favor do corte nos dias de férias? Participe!
estatisticas-de-portugal.com

MEO agora por €24,99/mês
Televisão + Internet + Telefone Adira já! O MEO liga-lhe grátis
www.meo.pt

Formula Secreta Emagrecer
Visto na Tv Não seja um Peso Pesado!
AdietaParaEmagrecer.com

Anúncios

planeo DIVERSÃO-EM-ESPANHA

[Login](#) [Registo](#)
Saiba quais as vantagens de se registar

Notícia anterior com desenvolvimento no site Mais Futebol

No SIM

12:15 PM

78%

Google

tvi24

←

→

↺

CHELSEA...

+

🔍

×

[IOL.pt](#)
[Correio](#)
[Empresas](#)
[Última hora:](#)

[Faça do IOL a sua homepage](#)

Também na

6

2

3

à 6

ª

feira,

22:30

horas.

[twitter](#)
[facebook](#)
[correio](#)
[rss](#)

MAISFUTEBOL

Pesquisar

ÚLTIMAS

AO VIVO

LIVESCORE

MADE IN

INCRÍVEL

VÍDEOS

FOTOS

EURO2012

E-GOLO

E-QUIZ

APLICAÇÕES

FOTOS DO DIA

LIGA

+ COMPETIÇÕES

INTERNACIONAL

LIGA DOS CAMPEÕES

LIGA EUROPA

SELEÇÃO

TRANSFERÊNCIAS

+ DESPORTOS

Notícias

Classificação

Calendário

Marcadores

Disciplina

Estatísticas

Tops

Jogadores

Clubes

Histórico

REPORTAGEM MAISFUTEBOL:

Helton, Luisão, Polga - a mística com solaque

GERAL

1 de 15 notícias

Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Treinador dos «spurs» lamenta a validação de um lance de Juan Mata, no Tottenham-Chelsea (1-5) da FA Cup

Por Redação

2012-04-16 11:59h

Like

Sign Up to see what your friends like.

PUB

Plano.pt Ofertas de lazer, beleza, viagens e muito mais até 90% desconto!

O Chelsea ganhou por 5-1 ao Tottenham, em jogo das meias-finais da Taça de Inglaterra. O segundo golo dos «blues» foi polémico e não existiu. Na sequência de um canto, o internacional espanhol Juan Mata tentou o golo, mas a bola foi despatchada pela defesa dos «spurs». No entanto, o árbitro Martin Atkinson, validou o tento.

As queixas foram feitas no momento pelos jogadores e depois pelo treinador, Harry Redknapp.

«Não foi golo, nem nada que se pareça. Foi um erro honesto, mas não foi golo. O árbitro cometeu um grande erro. Não o fez de propósito, mas não percebo como pode validá-lo. A bola não chegou a entrar. Não se tratou de um lance rápido em que alguém chuta, havia jogadores deitados à frente da linha. É impossível que a bola tenha passado», justificou.

Assim, e porque se tratou de um jogo decisivo, as queixas foram maiores e o apelo à introdução da tecnologia de baliza aumentou. «Precisamos de tecnologia de baliza. Tem de acontecer. Não podemos continuar a ter situações como esta, em que decisões importantes não são correctas. Percebi pela reacção dos jogadores e na televisão vi que a bola não entrou», afirmou.

O treinador do Chelsea, Roberto Di Matteo, entende as queixas do Tottenham, mas justificou que a derrota não aconteceu devido a esse lance polémico.

«Neste caso tivemos sorte, mas já várias vezes tivemos decisões contrárias. Nós não marcámos só duas vezes. Já falei sobre a importância de usar tecnologia. Mas já tínhamos marcado um golo e depois marcámos mais, por isso não acredito que este erro tenha tido influência no resultado», disse.

Leia também:

Recetores Tdt

Não perca o seu sinal de Tvi! Na Staples ao melhor preço.

www.staples.pt/

Tarot e Dinheiro

Quer saber como irá ser a sua vida financeira no futuro? Clique aqui.

leituradecartastarot.com

Anúncios

ÚLTIMAS PB- GERAL

Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

FOTOS: o fim de semana em dois minutos

Godinho Lopes: «Com Sá Pinto jogadores falam a mesma língua»

Todas as notícias de Geral

EXPERIMENTA SEM RISCO

E GANHA UM REEMBOLSO

REGISTA-TE JÁ >>

betfair

11:59 Redknapp queixa-se do golo «fantasma» do Chelsea

11:55 Argentina: jogadores do Boca Juniors ao soco com adeptos

11:51 FOTOS: o fim de semana em dois minutos

11:35 Godinho Lopes: «Com Sá Pinto jogadores falam a mesma língua»

10:58 Inglaterra: homem detido por chantagear Balotelli

10:47 Man Utd: Ferguson confirma empréstimo de Fábio

NA PRIMEIRA PÁGINA

O fim de semana em dois minutos

CONTAMOS-LHE TUDO o que precisa saber sobre o fim de semana. Veja já!

Inglaterra

Chelsea na final da Taça, com polémica e goleada.

United fuge ao City, Nani fechou goleada

At. Bil

120

ANEXO 11

Motores de Busca

1. Notícias

tví24

PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TVI LIVE

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

1764 resultados para "concertação social"

Página 7 de 104

anterior 6 7 8 9 10 seguinte

GERAL [2012-05-02 13:23:00]

Desemprego: CIP lamenta subida de taxa

GERAL [2012-05-01 17:17:00]

UGT exige ao Governo que cumpra acordo de concertação

GERAL [2012-04-26 13:43:00]

Debate quinzenal: «agenda estrutural e crescimento» são os temas

GERAL [2012-04-23 17:57:00]

Acordo: Governo promete mudar, UGT espera para ver

GERAL [2012-04-23 06:30:00]

UGT e Passos reúnem-se para discutir concertação social

GERAL [2012-04-22 09:55:00]

UGT reúne-se amanhã com Passos para discutir acordo

GERAL [2012-04-20 18:34:00]

Concertação social: 60% das medidas estão a ser aplicadas

GERAL [2012-04-20 13:05:00]

Feriados: alterar «regras do jogo» obriga voltar à negociação

ECONOMIA VÍDEOS [2012-04-19 15:26:00]

Menos indemnizações são «despedimentos em saldo»

ECONOMIA VÍDEOS [2012-04-19 12:32:00]

Cavaco acredita na manutenção da coesão social

GERAL [2012-04-19 11:49:00]

«UGT tem de resolver a sua contradição quanto ao acordo»

ECONOMIA VÍDEOS [2012-04-18 20:21:00]

Passos e Cameron discutem criação de emprego

GERAL [2012-04-18 18:58:00]

Passos responde à UGT em Londres

ECONOMIA VÍDEOS [2012-04-18 17:11:00]

PS aprova revisão laboral... mas sob condições

GERAL [2012-04-18 11:46:00]

Seguro: «Governo está cada vez mais isolado»

ECONOMIA VÍDEOS [2012-04-17 15:59:00]

UGT ameaça denunciar acordo de concertação social

GERAL [2012-04-16 18:09:00]

Salário mínimo vai ser discutido em concertação social?

Página 7 de 104

anterior 6 7 8 9 10 seguinte

Fim-de-semana longo.
Viagem curta.
Preço baixo.

Munique
ida e volta
desde
129€*

lufthansa.com

+lidas +comentadas +partilhadas últimas

Economia | 2012-11-02 15:20

Emissão do BES pode abrir mercado para outros bancos

Economia | 2012-11-02 15:17

Trabalhadores da BA Vidro voltam à greve a 1 de dezembro

Sociedade | 2012-11-02 15:14

Murça atribui incentivos à natalidade

Política | 2012-11-02 15:13

Freguesias: PS diz que novo mapa de Lisboa é «importante conquista»

Economia | 2012-11-02 15:11

RTP tem sido «cúmplice de ganhos indevidos» na TDT

mais aqui

Vanessa ou Tatiana?

Qual a concorrente que mais te irrita? Vota agora!

adn.descobre-os-segredos.com

Agência Funerária

Procura Serviços Funerários? Ajudamo-lo em todo o processo.

pe.pt/agenciafunerariacentraidesac

Agência Funerária

Procura Serviços Funerários? Ajudamo-lo em todo o processo.

funerariamirobriga.pt/

Receba 100 Eur

Registo-se no Bet365 e receba até 100 Eur no primeiro depósito

www.bet365.com

Anúncios

Videos do dia

tvi 24

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

VIDEOS - vídeos

Página 1 de 27

anterior 6 7 8 9 10 seguinte

TODOS OS VIDEOS | INFORMAÇÃO | ECONOMIA | MÚSICA | CINEMA | DESPORTO | CELEBRIDADES

315 resultados para concertação

<p>Indemnizações podem baixar mais? Ministro explica <i>2012-04-18</i></p>	<p>UGT ameaça denunciar acordo de concertação <i>2012-04-17</i></p>	<p>Você na TV: Mini - concerto com Bonga <i>2012-04-10</i></p>	<div> PESQUISAR VÍDEOS >> </div> <div> 315 resultados para concertação </div> <table> <thead> <tr> <th>Vídeos de hoje</th> <th>1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Últimos 7 dias</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>De há um mês até à semana passada</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>De há 6 meses até ao mês passado</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table> <div> </div>	Vídeos de hoje	1	Últimos 7 dias	1	De há um mês até à semana passada	4	De há 6 meses até ao mês passado	50
Vídeos de hoje	1										
Últimos 7 dias	1										
De há um mês até à semana passada	4										
De há 6 meses até ao mês passado	50										
<p>Concertação: prestações sociais e emprego em foco <i>2012-04-03</i></p>	<p>Apoios sociais: vêm aí novas regras <i>2012-04-02</i></p>	<p>Défice: Passos Coelho comenta regra de ouro <i>2012-03-28</i></p>									
<p>Primavera começa com música clássica <i>2012-03-20</i></p>	<p>As novidades do mundo da música na TVI24 <i>2012-03-13</i></p>	<p>Você na TV: Mini - concerto com Adelaide Ferreira <i>2012-03-13</i></p>									
<p>A estrela pop digital <i>2012-03-09</i></p>	<p>Você na TV: Divulgação do concerto da Assoc. Novo Futuro <i>2012-02-28</i></p>	<p>Merkel elogia acordo de concertação social <i>2012-02-27</i></p>									

vídeos

Página 1 de 27

anterior 6 7 8 9 10 seguinte

Programação - Semana de 2 de Novembro a 8 de Novembro

3. **Vídeos:** Notícia selecionada (busca por “concertação” referente ao tema “concertação social”)

tvi

24

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

VÍDEO:

UGT ameaça denunciar acordo de concertação

Caso o Governo não avance com medidas para o crescimento e para o emprego
2012-04-17

f

00:08 00:38

VIDEOS - vídeos

Página 1 de 27

anterior 6 7 8 9 10 seguinte

TODOS OS VÍDEOS | INFORMAÇÃO | ECONOMIA | MÚSICA | CINEMA | DESPORTO | CELEBRIDADES

315 resultados para concertação

Indemnizações podem baixar mais? Ministro explica
2012-04-18

UGT ameaça denunciar acordo de concertação
2012-04-17

Você na TV: Mini - concerto com Bonga
2012-04-10

Concertação: propostas sociais e emprego em foco
2012-04-03

Apoios sociais: vêm aí novas regras
2012-04-02

Défice: Passos Coelho comenta regra de ouro
2012-03-28

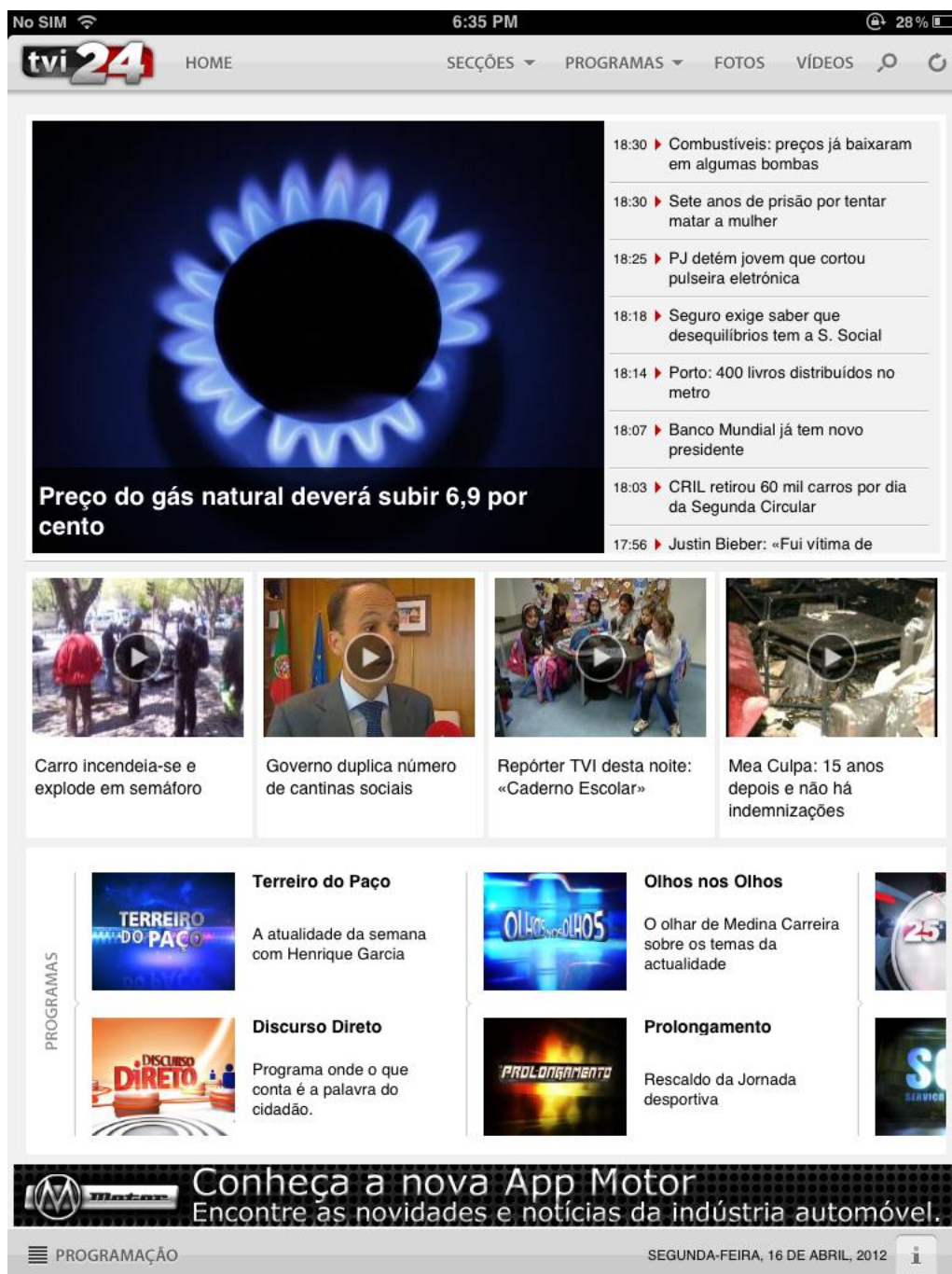
PESQUISAR VÍDEOS >>

315 resultados para concertação

Vídeos de hoje	1
Últimos 7 dias	1
De há um mês até à semana passada	4
De há 6 meses até ao mês passado	50

ANEXO 12

Homepage Aplicação TVI24 para iPad (vista vertical)

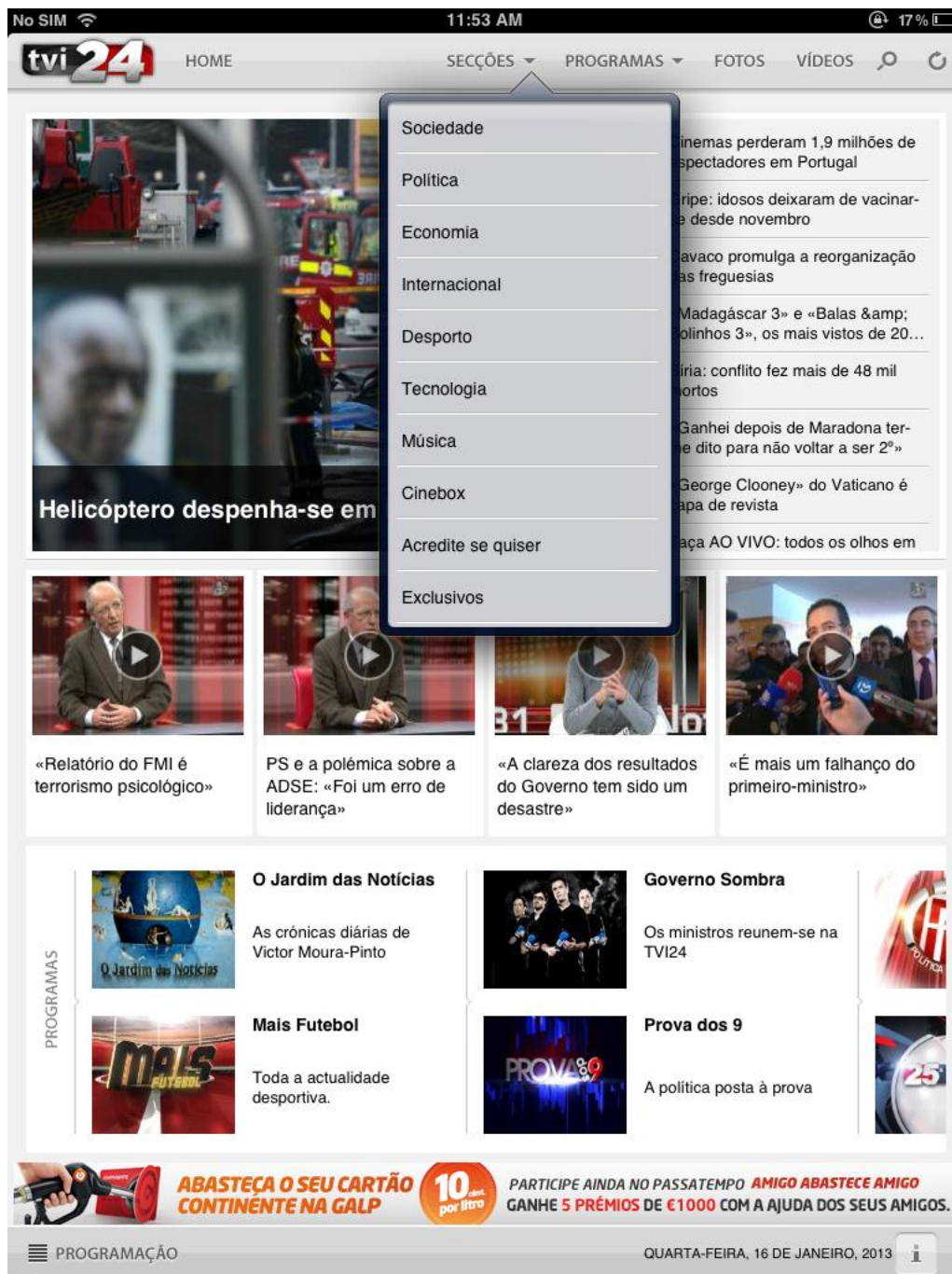


Homepage Aplicação TVI24 para iPad (vista horizontal)

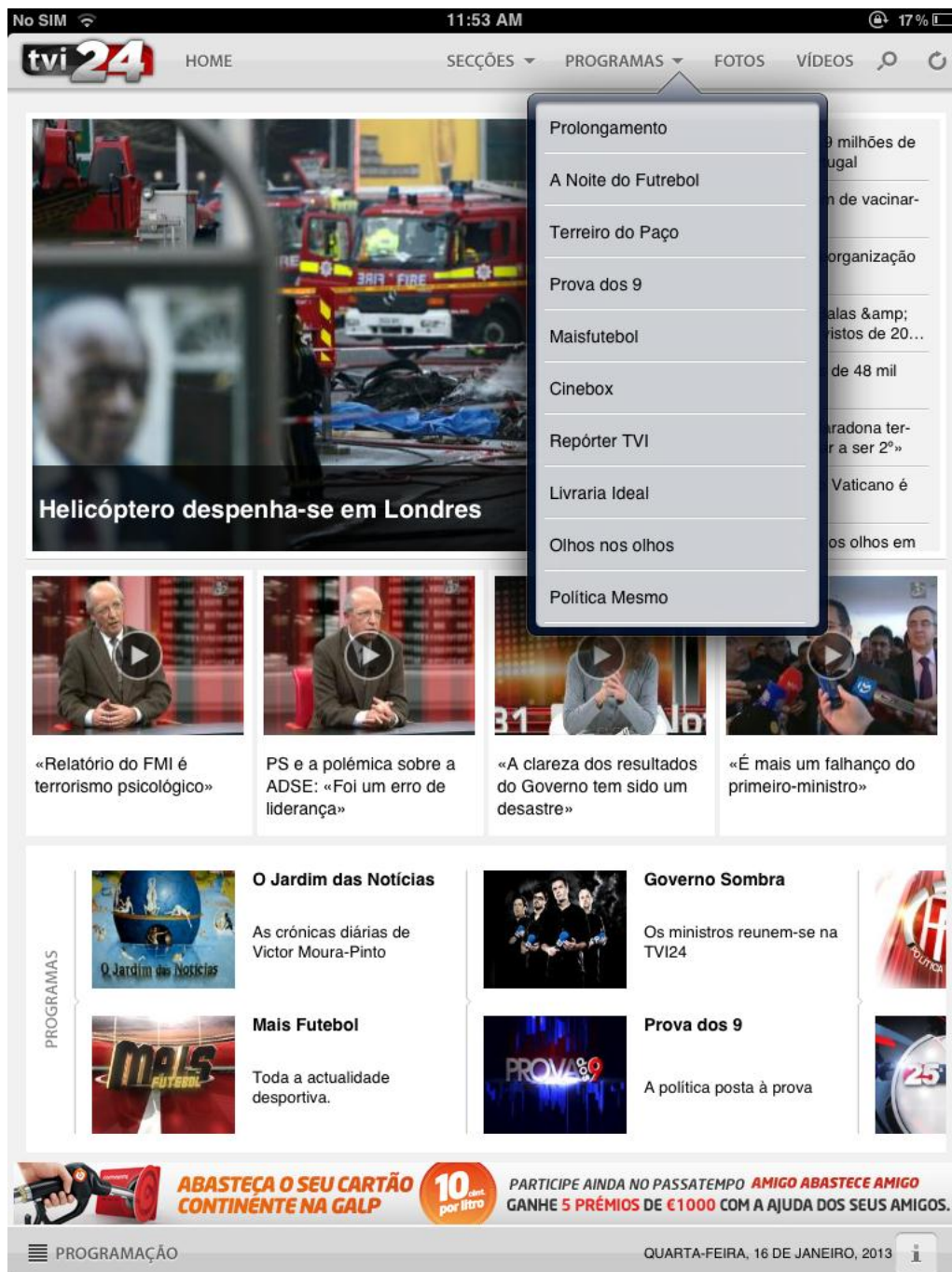


ANEXO 13

Homepage Aplicação para iPad: Secções



Homepage Aplicação para iPad: Menu Programas



Seleção da Secção Economia (remete directamente para as notícias)

No SIM1:11 PM43%

tví24HOMESECÇÕES▼PROGRAMAS▼FOTOSVÍDEOS

Economia - VídeosA A◀▶



f0

t0

0

2

0:27-1:58

Devolvem a casa ao banco, mas continuam a pagar

Redacção com JF | 2012-04-18 20:38

A devolução de casas aos bancos voltou a disparar. No primeiro trimestre deste ano, foram em média 25 casas por dia devolvidas, cerca de **uma casa entregue ao banco por hora**, por incapacidade das famílias ou das empresas investidores suportarem os custos.

Um problema analisado no gabinete de crise do Jornal das 8, pelo editor de economia da TVI, que demonstra uma tendência preocupante para o futuro e explica como, mesmo com a casa devolvida, não há garantia de que a dívida ao banco fique saldada.

MAISFUTEBOL CONHEÇA A APP DO MAISFUTEBOL NO SEU IPAD E IPHONE

≡PROGRAMAÇÃO+MAIS NOTÍCIAS🔗NOTÍCIAS RELACIONADASQUINTA-FEIRA, 19 DE ABRIL, 2012i

Secção Programação

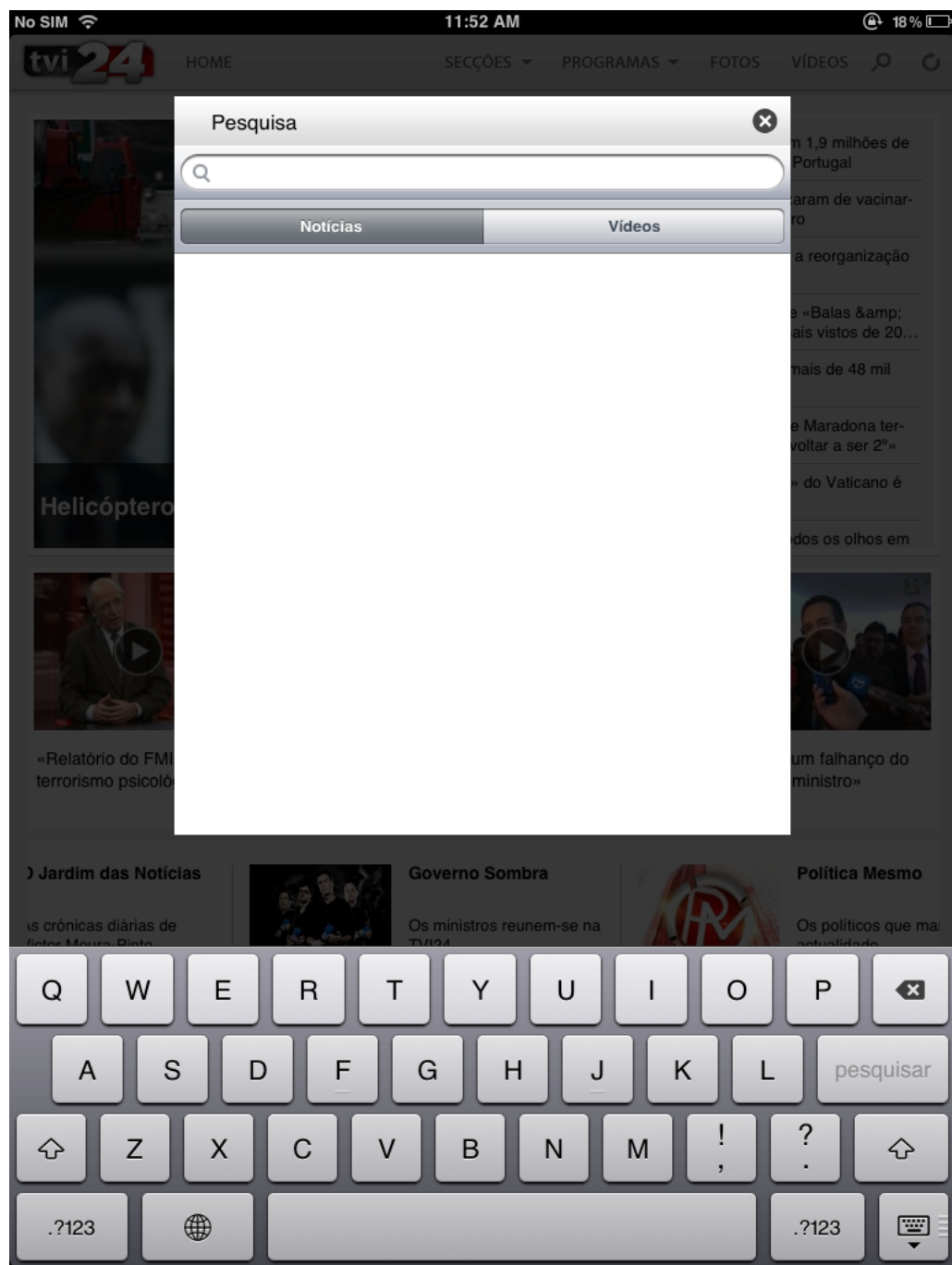
No SIM 11:54 AM 17%

tvi24 HOME SECÇÕES PROGRAMAS FOTOS VÍDEOS

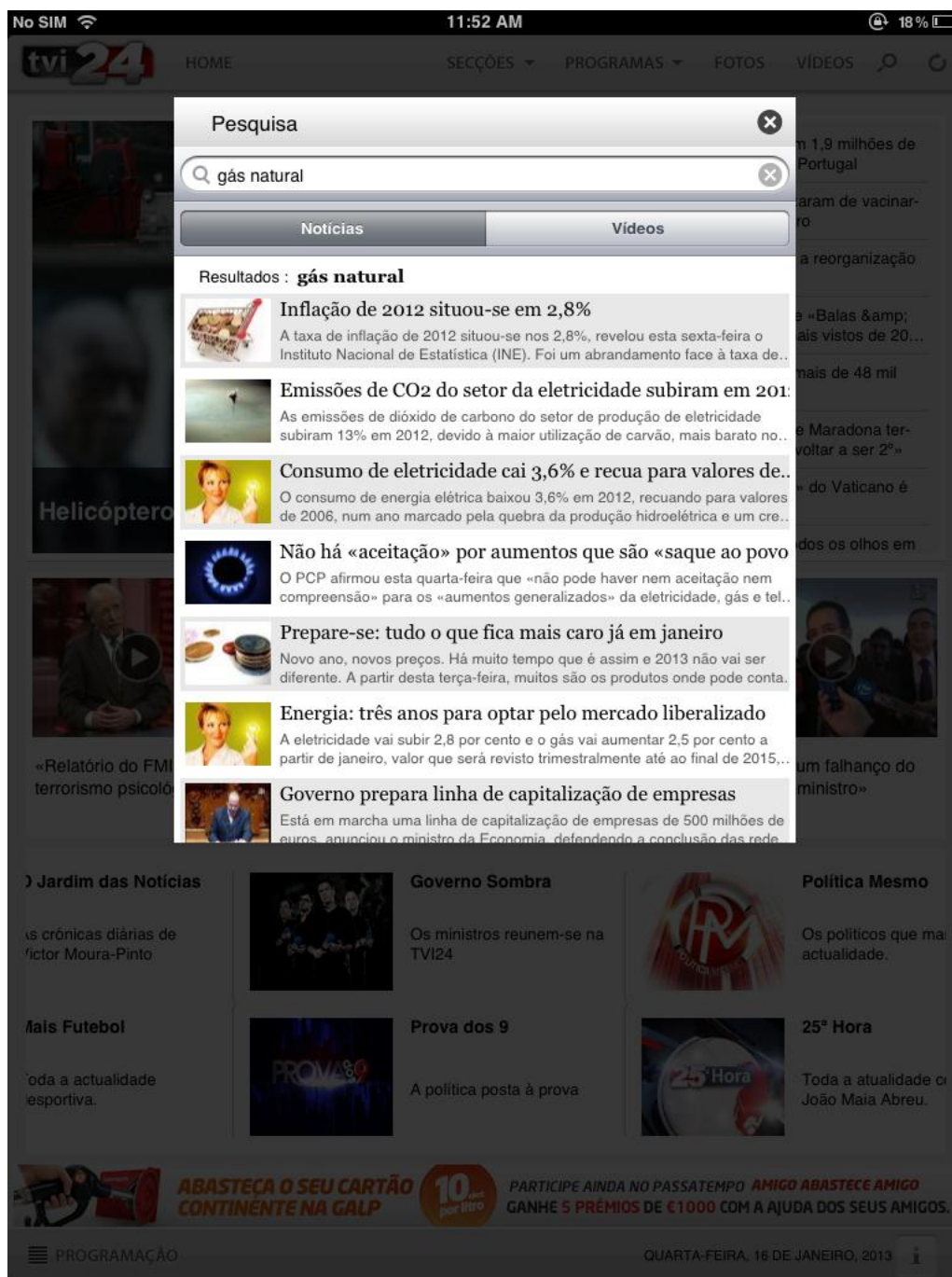
3ª FEIRA	06:30 Diário da Manhã	10:00 Discurso Direto	11:00 Notícias	12:00 Notícias	13:00 Olhos nos Olhos	13:50 Repor
4ª FEIRA	11:00 Notícias Ao longo de todo o dia, vamos contar com eq...		12:00 Notícias Ao longo de todo o dia, vamos contar com eq...		13:00 Especial 24 No dia em que lança "L	
5ª FEIRA	06:30 TVI24 - Diário da Manhã	10:00 Discurso Direto	11:00 Notícias	12:00 Notícias	13:00 Observatório do Mundo	13:40 Repor
6ª FEIRA	06:30 TVI24 - Diário da Manhã	10:00 Discurso Direto	11:00 Notícias	12:00 Notícias	13:00 Prova dos 9	14:00 Notici
SÁBADO	06:30 Mundo Imobiliário	06:45 Reportagem TVI	07:00 Todos Iguais	07:30 Fotografia Total	07:45 Marca Pessoal	08:00 Obse

PROGRAMAÇÃO QUARTA-FEIRA, 16 DE JANEIRO, 2013

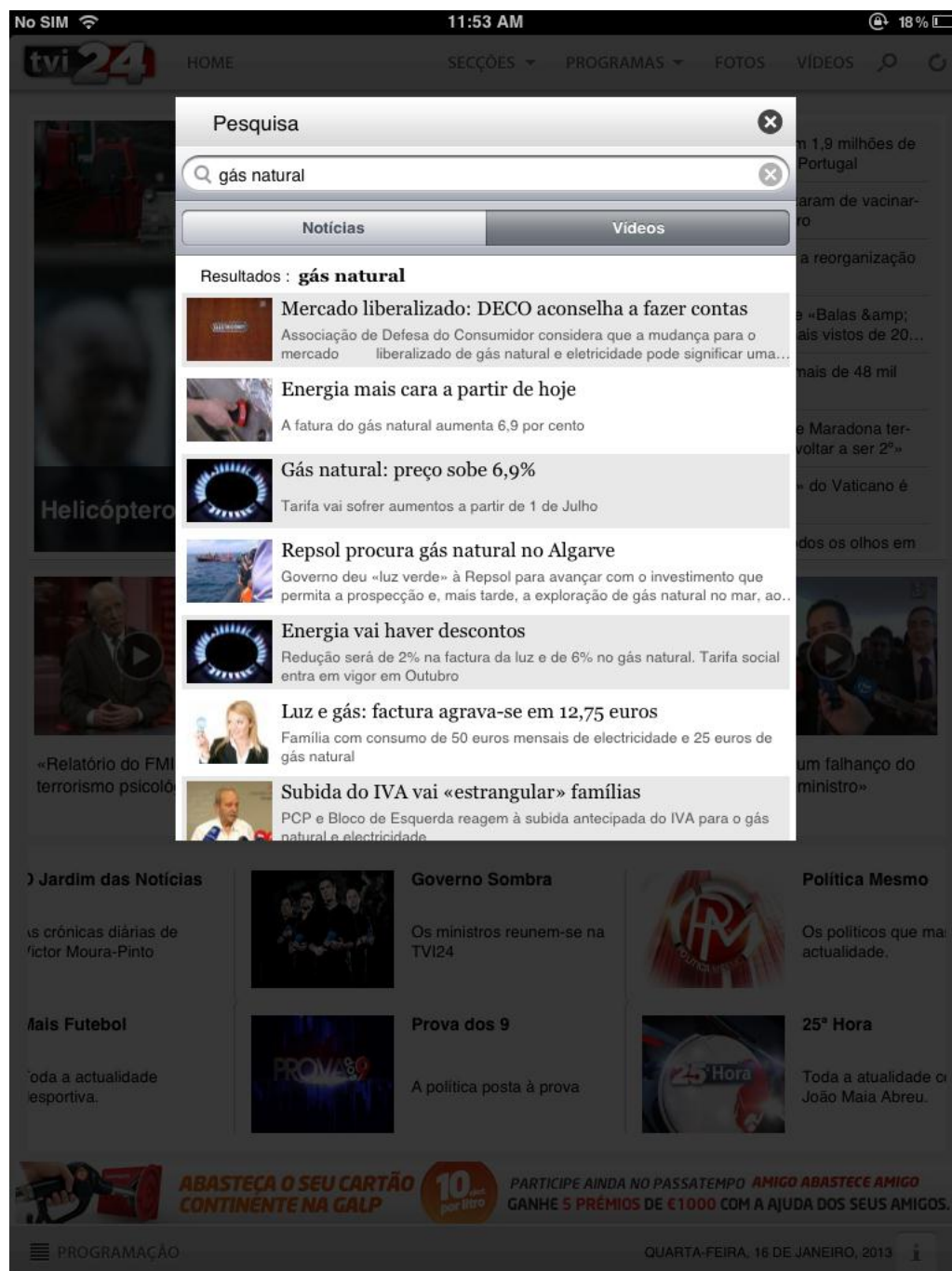
Secção Pesquisa (representada por ícon lupa)



Secção Pesquisa (resultados *notícias*)



Secção Pesquisa (resultados *vídeos*)



ANEXO 14

Página TVI24 no Facebook¹⁰²



¹⁰² Acesso via aplicação Facebook for iPad

Exemplo notícia Facebook

No SIM 12:13 PM 79%

tvi24.pt Like

tvi24.pt
Presidente da Comissão Europeia reclama a libertação imediata dos líderes políticos

 Barroso condena golpe de Estado na Guiné-Bissau
tvi24.iol.pt

6 minutes ago · 🌐

👍 Sérgio Pereira De Almeida likes this.

Manuel Alves
É de acreditar que o golpe de Estado na Guiné-Bissau até já foi esconder-se em algum buraco, com o rabinho entre as pernas.
2 minutes ago · Like

Write a comment... Send

Exemplo notícia no Facebook (com maior interação da parte dos utilizadores)

No SIM 6:39 PM 28%

tvi24.pt

tvi24.pt Esta semana serão assinados mais de 100 contratos com instituições sociais

Governo duplica número de cantinas sociais
www.tvi24.iol.pt

3 hours ago

21 comments 15 people

tvi24.pt Arrancou esta segunda-feira o concurso de disponibilização de terras do Estado para cultivo, através de arrendamento

Ministra quer disponibilizar terras sem uso aos jovens
www.tvi24.iol.pt

3 hours ago

14 comments 16 people

tvi24.pt Números do abandono escolar em Portugal são cerca do dobro da União europeia. Uma reportagem para ver esta segunda-feira no «Jornal das 8»

Repórter TVI desta noite: «Caderno Escolar»
www.tvi24.iol.pt

3 hours ago

2 comments 7 people

tvi24.pt Crime macabro matou 13 pessoas

Mea Culpa: 15 anos depois e não há indemnizações
www.tvi24.iol.pt

3 hours ago

4 comments 4 people

tvi24.pt Com mais de 30 metros de altura, caiu da grua, durante a colocação

Poste de alta tensão faz dois feridos
www.tvi24.iol.pt

3 hours ago

2 comments 3 people

tvi24.pt Esta segunda-feira assinala-se o Dia Mundial da Voz

Wall

Info

Photos

No SIM 6:39 PM 28%

tvi24.pt Like

tvi24.pt
Esta semana serão assinados mais de 100 contratos com instituições sociais

 **Governo duplica número de cantinas sociais**
tvi24.iol.pt

2 hours ago · 🌟

👍 23 people like this.

 **Belinha Montijo**
devia era duplicar os ordenados
2 hours ago · Like · 👍 4

 **Maria Dulce Guerreiro**
MAS ESTE ESTILO DE GOVERNANTES.....
GOSTAM É DISTO « BRINCAR À CARIDADEZINHA ».....
2 hours ago · Like · 👍 6

 **Maria Dulce Guerreiro**
fazerem uma sociedade de desgraçados e gente pobre, e depois, fazerem caridade .é fino.....é muito fino mesmo !!!! KA RAIVAAAAA
.....
2 hours ago · Like · 👍 1

 **Margarida Soares Franco**
Se ninguém quiser, esta a que chamam caridadezinha, eu quero !!!!!
2 hours ago · Like · 👍 4

 **Maria Dulce Guerreiro**
POIS , VAI HAVER MUITA GENTE NECESSITADA E A PRECISAR DE CARIDADE ..., INFELIZMENTE.
2 hours ago · Like

Write a comment... Send

ANEXO 15

Percurso da notícia *Aumento Gás Natural* nas plataformas broadcast e online

PERCURSO DE NOTÍCIA: GÁS NATURAL MAIS CARO									
HORAS	ONLINE	BROADCAST	TÍTULO/DESCRIÇÃO	POSIÇÃO DE DESTAQUE	LEAD1 - título	LEAD2 - título	LEAD2 - desenvolvimento	TICKER	
12H	site		Gás natural: factura sobe mais de 4%	submanchete					
14H	site		Gás natural: factura sobe mais de 4%	submanchete					
16H	site		Gás natural: factura sobe mais de 4%	submanchete					
18H	site e app		Preço do Gás Natural deverá subir 6,9%	manchete					
	Conteúdo Notícia: Texto e Imagem		Proposta foi apresentada pela Entidade Reguladora do Setor Energético						
19H		Notícias24	Off: Gás Natural mais caro	Peça de Abertura (off)	Gás natural mais caro	Gás natural mais caro	A factura vai aumentar mais de 4% até Dezembro	Economia Preço do Gás Natural aumenta 6,9% a partir de 1 de Julho	
20H	site e app		Preço do Gás Natural deverá subir 6,9%	Manchete e Destaque					
	Conteúdo Notícia: Vídeo e Texto		Proposta foi apresentada pela Entidade Reguladora do Setor Energético	Últimos vídeos (app)					
22H	site e app		Gás: Governo promete condições para baixar preço do gás natural	Manchete e Últimas					
			Anúncio surge no mesmo dia em que regulador propôs aumento de 6,9%						
22H	site e app		Gás: Governo promete condições para baixar preço do gás natural	Manchete e Últimas					
			Anúncio surge no mesmo dia em que regulador propôs aumento de 6,9%						
00H		25ª Hora	Gás vai aumentar	Destaque (00:02:54:01)					
00H		25ª Hora	Gás vai aumentar	Peça	Aumento de Preços (lead com imagem de euros)	Gás mais caro	Tarifas do gás natural sobem 6,9% a partir do mês de julho		
					Aumento do gás	Aumento do gás	Numa factura mensal de 24 euros o aumento é de 1,58 euros		
00H		25ª Hora	Comentário de Medina Carreira	Excerto do programa "Olhos nos Olhos"	Medina Carreira na TVI24	Medina Carreira na TVI24	Gás sobe 6,9%. Esta sociedade está a ser sugada	Economia Preço do Gás Natural aumenta 6,9% a partir de 1 de Julho	
00H		25ª Hora	Famílias vão pagar mais 7% na factura do gás a partir de Julho	Sala de Imprensa - Primeira página do jornal Diário Económico				Governo compromete-se a criar condições para a redução do preço do gás natural	
00H		25ª Hora	Preços do gás para as famílias acumula subida de 18% em três anos.	Sala de Imprensa - Primeira página do jornal Jornal de Negócios					

ANEXO 16

Printscreens notícia Aumento Gás Natural

Manchete Site (18h00)

No SIM 6:20 PM 31 %

Google tvi24 Últimas...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: 18:07 | Banco Mundial já tem novo presidente Planeio: descontos na sua cidade ia

tvi24 PROGRAMAS VÍDEOS FOTOS MOBILE TVI

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

ÚLTIMA HORA Banco Mundial já tem novo presidente

Preço do gás natural deverá subir 6,9 por cento
Proposta foi apresentada pela Entidade Reguladora do Setor Energético

Passos condena «golpe ilegítimo» na Guiné

Dinamarca pede explicações a Israel por agressão a ativista (vídeo)

Breivik chora em tribunal e diz que matou 77 pessoas em legítima defesa

Rituais satânicos assustam Castro Vicente

Carro incendeia-se e explode em semáforo

Governo duplica número de cantinas sociais

Repórter TVI desta noite: «Caderno Escolar»

Mea Culpa: 15 anos depois e não há indemnizações

Poste de alta tensão faz dois feridos

Este jovem imita mais de 20 vozes diferentes

PLANO AUTOMÁTICO DE POUPANÇA
Poupar para aulas de mandarim está no PAP.

lidas comentadas partilhadas últimas

Economia | 2012-04-16 18:07
Banco Mundial já tem novo presidente

Sociedade | 2012-04-16 18:03
CRIL retirou 60 mil carros por dia da Segunda Circular

Música | 2012-04-16 17:56
Justin Bieber: «Fui vítima de bullying»

Internacional | 2012-04-16 17:55
Dinamarca pede explicações a Israel por causa de agressão a ativista

Sociedade | 2012-04-16 17:53
Museu português nos cem mais visitados do mundo

mais aqui

mais videos actualidade

pesquisar

Terreiro do Paço A atualidade da semana com Henrique Garcia

Discurso Direto Programa onde o que conta é a palavra do cidadão.

Olhos nos Olhos O olhar de Medina Carreira sobre os temas da actua...

Prolongamento Rescaldo da Jornada desportiva

programas e videos Liga 2010/11 mais programas

A ACTUALIDADE EM FOTOS

ESCOLHA DO EDITOR

Hillary Clinton dança música cubana em discoteca de Cartagena

Academia de Gastronomia premeia «O Banquete da TVI»

A bicicleta que até transporta um carro!

Jovem sobrevive a dois raios

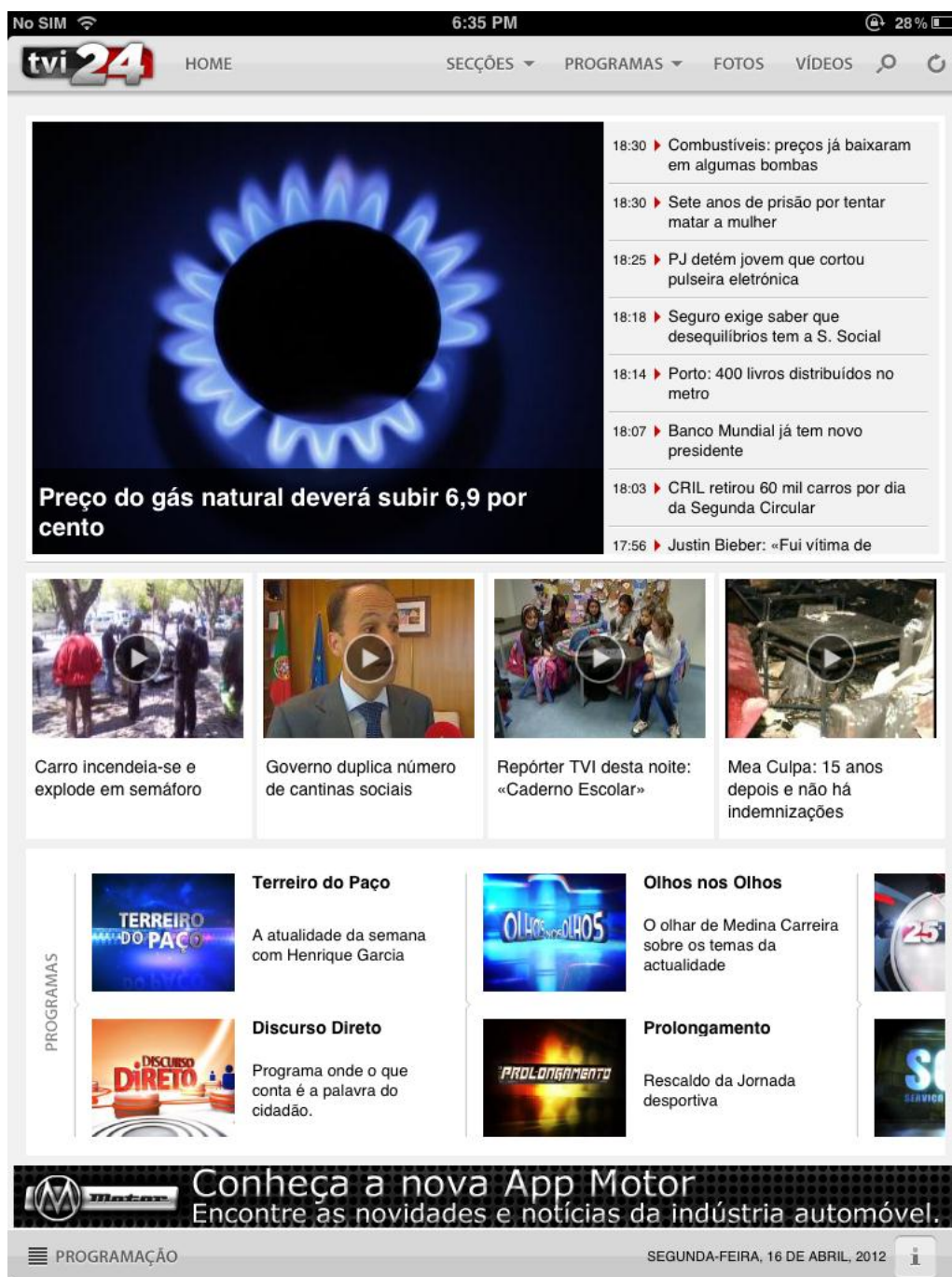
tempo trânsito

O seu Seguro é Caro?
Calcule já o seu Seguro Automóvel Preços à sua medida!
Segurodirecto.pt/seguradoraauto

Cães e cachorrinhos
À procura de um novo lar Veja na sua região
www.custojusto.pt/animais

Não aceites menos.
Ganh... Login Registo
Saiba quais as vantagens de se registar

Manchete App (18h25)



Notícia App – texto (18h25)

No SIM

6:36 PM

28%

tv24

HOME

SECÇÕES

PROGRAMAS

FOTOS

VÍDEOS

A A

◀ ▶



 1

 0

 0

 1



Gás natural: preço sobe 6,9%

Redação com JF/PGM | 2012-04-16 18:00

O gás natural deverá ficar este ano 6,9% mais caro. Esta é a proposta de aumento das tarifas apresentada pela Entidade Reguladora do Setor Energético (ERSE).

Os consumidores financeiramente desfavorecidos podem usufruir da tarifa social, sofrendo uma atualização proposta de apenas 2,5%. Poderão solicitar a aplicação desta tarifa os beneficiários do rendimento social de inserção, do complemento solidário para idosos, do subsídio social de desemprego, do primeiro escalão do abono de família e da pensão social de invalidez.

Segundo as estimativas da ERSE, esta atualização de preços terá um impacto mensal de 84 cêntimos

MAISFUTEBOL CONHEÇA A APP DO MAISFUTEBOL NO SEU IPAD E IPHONE

≡

PROGRAMAÇÃO

+

MAIS NOTÍCIAS

🔗

NOTÍCIAS RELACIONADAS

SEGUNDA-FEIRA, 16 DE ABRIL, 2012



Notícia App – opções de interação/partilha (18h25)

1- Comentário

The screenshot shows the tvi24 mobile app interface. At the top, the status bar displays 'No SIM', signal strength, time '6:36 PM', and battery level '28%'. The app header includes the 'tvi24' logo, a 'HOME' button, and navigation tabs for 'SECÇÕES', 'PROGRAMAS', 'FOTOS', and 'VÍDEOS'. A 'Comentários' (Comments) modal is open, featuring a close button (X) in the top right corner. Inside the modal, the user is identified as 'User: Anónimo' with options to 'Faça login ou Registe-se' and a 'Login' button. A section titled '1 comentários' includes a 'Comentar' button. Below this, a pagination bar shows 'Página 1 de 1' and a '1' in a box. A comment from 'pedro anjos' dated '2012-04-16 18:33' is displayed with the text: 'Mais uma Explosão em Portugal !!!!', 'Danger!!! Não se deve brincar com este tipo de gás!!!', and a link 'Faça login para responder'. Another pagination bar shows 'Página 1 de 1' and a '1' in a box. A 'Comentar' section follows, with instructions: 'Faça login ou registe-se para comentar.' and 'Comentários de utilizadores anónimos podem demorar a aparecer (sujeitos a moderação)'. It contains input fields for 'Título:', 'Comentário:', 'Nome e apelido:', and 'Email:'. A link 'Regras para comentar.' is at the bottom of the form. The background shows a news article with text like '«A preser...', 'tarifas reg...', 'acrescent...', 'natural no...', 'empresas...', 'com cons...', '«As princ...', 'aprovisior...', 'em comun...', 'Se for apr...', and a 'MAIS' button. The bottom navigation bar includes 'PROGRAMAÇÃO', '+ MAIS NOTÍCIAS', 'NOTÍCIAS RELACIONADAS', and the date 'SEGUNDA-FEIRA, 16 DE ABRIL, 2012'.

No SIM 6:36 PM 28%

tvi24 HOME SECÇÕES PROGRAMAS FOTOS VÍDEOS

Comentários

User: Anónimo
Faça login ou [Registe-se](#) [Login](#)

1 comentários [Comentar](#)

Página 1 de 1 1

pedro anjos | 2012-04-16 18:33
Mais uma Explosão em Portugal !!!!
Danger!!! Não se deve brincar com este tipo de gás!!!
[Faça login para responder](#)

Página 1 de 1 1

Comentar

Faça [login](#) ou [registe-se](#) para comentar.
Comentários de utilizadores anónimos podem demorar a aparecer (sujeitos a moderação).

Título:

Comentário:

Nome e apelido:

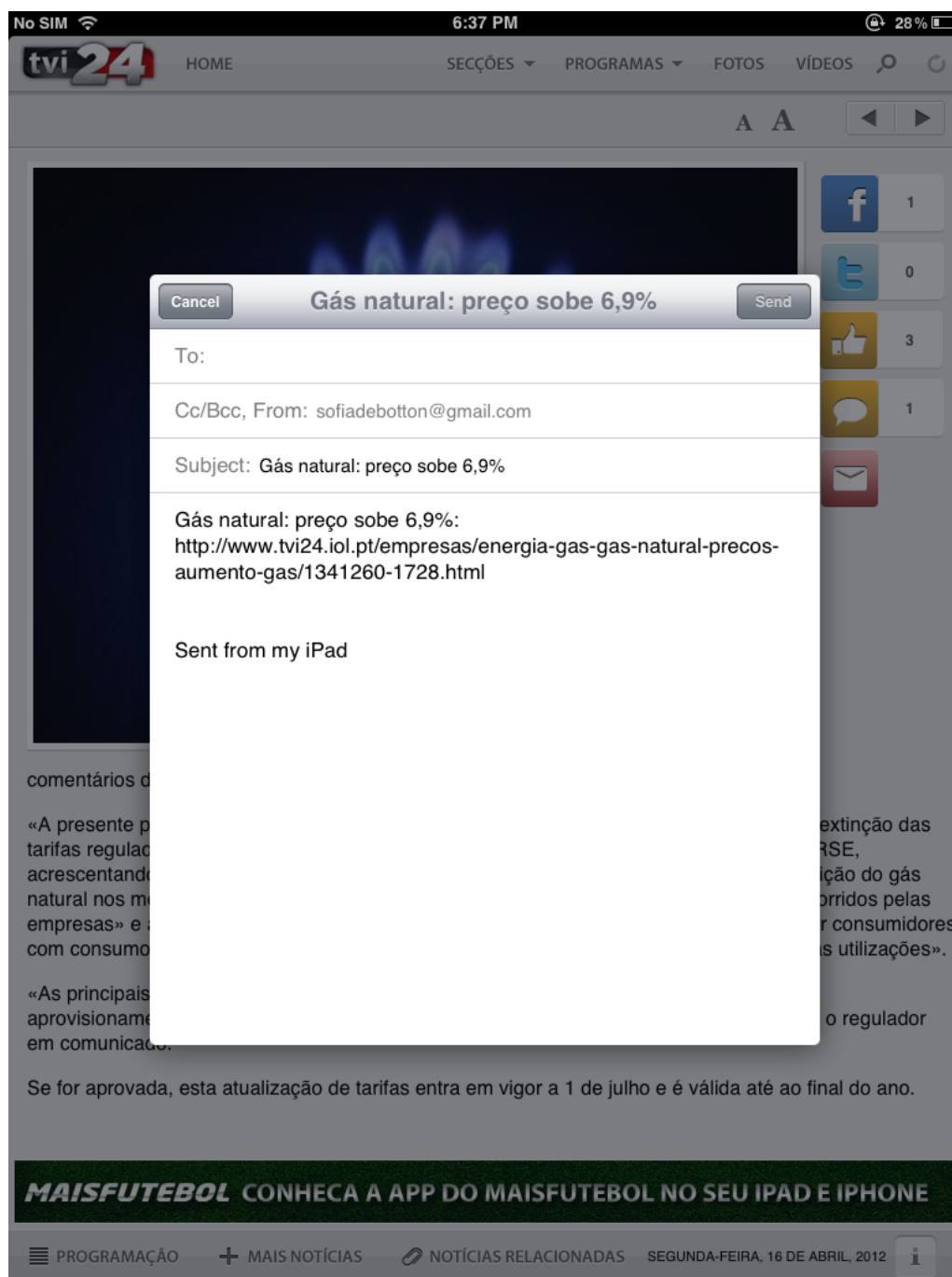
Email:

[Regras para comentar.](#)

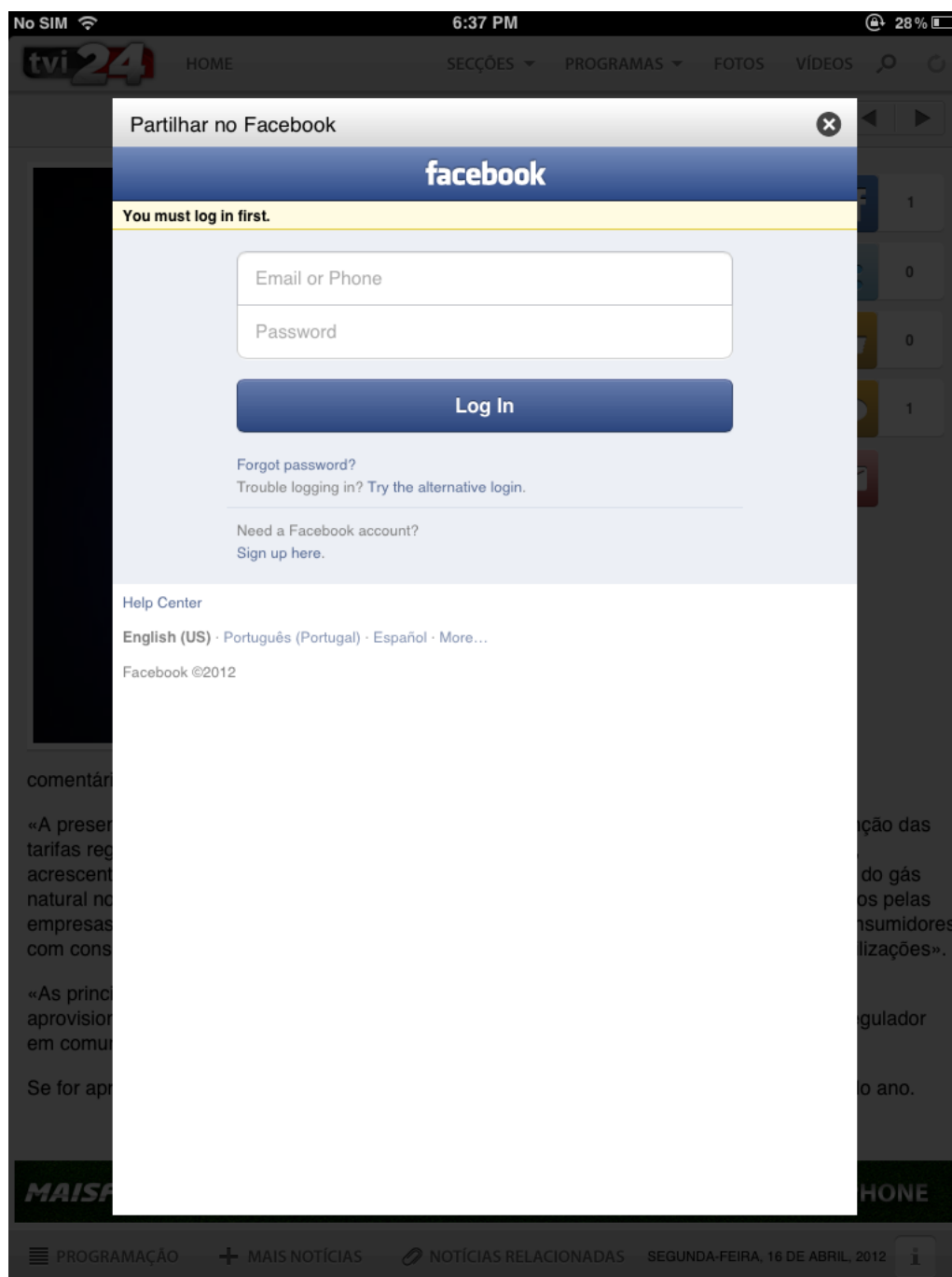
comentár
«A preser
tarifas reg
acrescent
natural no
empresas
com cons
«As princ
aprovisior
em comun
Se for apr
MAIS
PROGRAMAÇÃO + MAIS NOTÍCIAS NOTÍCIAS RELACIONADAS SEGUNDA-FEIRA, 16 DE ABRIL, 2012

ção das
do gás
os pelas
sumidores
lizações».
gulador
o ano.
HOME

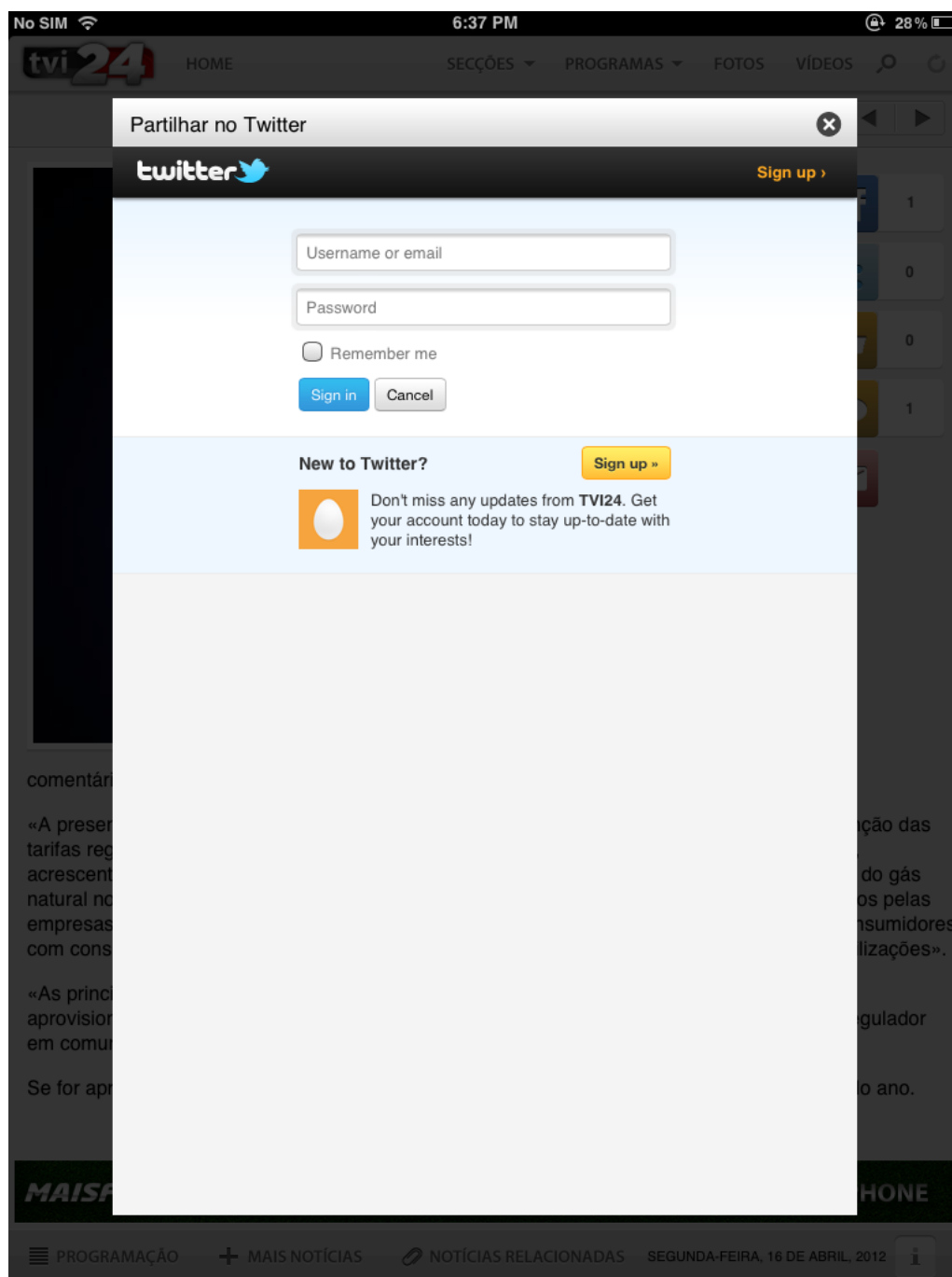
2- Partilha por email



3- Partilha por Facebook



4- Partilha por Twitter



Notícia Site – (últimos) vídeo (23h40)

No SIM 11:40 PM 24%

Google tvi24 Vídeos de...

IOL.pt Correio Empresas Última hora: Faça do IOL a sua homepage

tvi 24

ÚLTIMAS | SOCIEDADE | POLÍTICA | ECONOMIA | INTERNACIONAL | DESPORTO | tecnologia | música | cinebox | celebridades | acredite se quiser | esta é boca

VIDEOS - 34028 vídeos 1 2 3 4 5 seguinte

TODOS OS VÍDEOS | INFORMAÇÃO | LEGISLATIVAS 2011 | ECONOMIA | MÚSICA | CINEMA | DESPORTO | CELEBRIDADES

 <p>Medina defende que Governo tem de explicar aumentos</p>	 <p>Polémica em Espanha continua</p>	 <p>Comentário de Constança Cunha e Sá</p>	<div>PESQUISAR VÍDEOS >></div>
 <p>Mourinho: «Falo porque sou obrigado»</p>	 <p>Espanha ou Itália: qual dos dois países está pior?</p>	 <p>Aumentar idade da reforma é solução?</p>	
 <p>Lei das rendas está atrasada</p>	 <p>Campanha «Zero Desperdício»</p>	 <p>Ex-diretor do Freeport com «falta de memória»</p>	
 <p>Segurança Social: Seguro exige saber que desequilíbrio</p>	 <p>Aeroporto: Montijo pode ser «apoio» à Portela</p>	 <p>Gás natural: preço sobe 6,9%</p>	

34028 vídeos 1 2 3 4 5 seguinte

Programação - Semana de 10 de maio a 16 de maio

Login Registo
Sabe quais as vantagens de se registar

ANEXO 17

Backoffice Redacção Online

IOL - DIA DA CRIANÇA

IOL - DIA DA MÃE

IOL - DIA DO PAI

IOL - DIA DOS NAMORADOS

IOL - EXCLUSIVOS

IOL - FÉRIAS

IOL - LEITORES

IOL - MODA E SOCIAL

IOL - MÚSICA

IOL - NATAL2007

IOL - PORTAL

IOL - REGRESSO ÀS AULAS

IOL - VIDEOS

IOL - 2004

IOL HP

IOL HP 2009

IOL MÃE

LIGA IOL

MAIS ALÉM

MAIS SUB21

MAISEURO

MAISFUTEBOL

MAISFUTEBOL - ESPECIAIS

MAISFUTEBOL - LIGA

MAISFUTEBOL - RONALDO

MAISFUTEBOL - SEL. MUNDI

MAISFUTEBOL - SEL. SELEC

MAISFUTEBOL - VOTAR EUR

MAISMUNDIAL 2006

PORTUGALDIÁRIO

SPARA

TVI24

ARTIGO

ACTUALIZAR

APAGAR

EXPORTAÇÃO

INSERIR

PESQUISAR

DESTAQUE

ACTUALIZAR

APAGAR

INSERIR

PESQUISAR

GALERIA

MENU

MINIFÓRUM

MULTIMEDIA

ACTUALIZAR

INSERIR

PESQUISAR

OPINIÃO

TIMELINE

TVI24 - Destaque - Actualizar

Destaque a actualizar143123visualizar

Publicar em:
TVI24 Homepage - tvi24home_manchete

a partir de: 2010 2 6 12 31
at?: 2014 12 7 12 0

Título(obrigatório): Merkel promete fazer férias em Portugal

Subtítulo:

Texto:
Chanceler elogia portugueses e acredita que país vai conseguir cumprir programa de ajustamento

Activo: ☒

Imagem: 13739599 Ícones Multimédia: ☒ vídeo ☐ áudio ☐ flash ☒ fotos

Artigo: (id do artigo)

Nome/Link: /economia/merkel-ferias-passos-alemanha-visita-n

Nome/Link: <Somos a primeira linha de de /economia/passos-coelho-merkel-portugal-agencia

Nome/Link: Passos diz saber o trabalho que ainda te NÃO PÔR LINK, É RESUMO - Tipo de Link -

Nome/Link: Resumo de uma visita: «Merkel fora /sociedade/manifestacao-merkel-que-se-lixo-a-tro

Nome/Link: Centenas de manifestantes protestaram NÃO PÔR LINK, É RESUMO - Tipo de Link -

Actualizar dados

IOL - DIA DA CRIANÇA

IOL - DIA DA MÃE

IOL - DIA DO PAI

IOL - DIA DOS NAMORADOS

IOL - EXCLUSIVOS

IOL - FÉRIAS

IOL - LETTORES

IOL - MODA E SOCIAL

IOL - MÚSICA

IOL - NATAL2007

IOL - PORTAL

IOL - REGRESSO ÀS AULAS

IOL - VIDEOS

IOL - 2004

IOL HP

IOL HP 2009

IOL MÃE

LIGA IOL

MAIS ALÉM

MAIS SUB21

MAISEURO

MAISFUTEBOL

MAISFUTEBOL - ESPECIAIS

MAISFUTEBOL - LIGA

MAISFUTEBOL - RONALDO

MAISFUTEBOL - SEL. MUNDI

MAISFUTEBOL - SEL. SELEC

MAISFUTEBOL - VOTAR EUR

MAISMUNDIAL 2006

PORTUGALDIÁRIO

SPARA

TVI24

ARTIGO

MAIS ALÉM

MAIS SUB21

MAISEURO

MAISFUTEBOL

MAISFUTEBOL - ESPECIAIS

MAISFUTEBOL - LIGA

MAISFUTEBOL - RONALDO

MAISFUTEBOL - SEL. MUNDI

MAISFUTEBOL - SEL. SELEC

MAISMUNDIAL 2006

PORTUGALDIÁRIO

SPARA

TVI24

ARTIGO

ACTUALIZAR

APAGAR

EXPORTAÇÃO

INSERIR

PESQUISAR

DESTAQUE

ACTUALIZAR

APAGAR

INSERIR

PESQUISAR

GALERIA

MENU

MINIFÓRUM

MULTIMÉDIA

ACTUALIZAR

INSERIR

PESQUISAR

OPINIÃO

TIMELINE

TVI24 - Artigo - Atualizar dados

Artigo a atualizar

1392230

visualizar

Publicado em

Notícias - Internacional

Notícias - Política

(localização do site para publicação):

a partir de:

2012

11

12

23

36

até:

2012

12

12

23

36

Alinhamento:

(ordem de publicação)

Categoria:

Actualidade Especial

Antetítulo:

0

Título (obrigatório):

Merkel: jornalistas alemães destacaram protestos durante visita

63

Subtítulo:

0

Resumo (obrigatório - máx.4000 caracteres):

Imprensa alemã aproveitou a viagem para saber como está a ser aplicada a austeridade no país

92

Artigo (obrigatório - máx.4000 caracteres):

A visita de Angela Merkel a Portugal está em destaque na imprensa alemã. A maioria dos órgãos de comunicação social refere os vários protestos que receberam a chanceler em Lisboa.

Os jornalistas alemães aproveitaram a viagem para conhecer algumas dificuldades dos portugueses e como está a ser aplicada a austeridade no país. Mas o grande título das

393

Autor:

Redacção

com

Ana Filipa Nunes/Sandra Antunes

Evento:

0

Texto sms (máx.145 caracteres):

4

Título Teletexto(máx.39 caracteres)

0

Teletexto(máx.490 caracteres)

0

Imagem de Capa:

13739720

Ícones Multimédia (consola):

☐ imagem

☒ vídeo

☐ em actualização (audio)

☐ flash

Link(s) relacionados:

Título	Link

Palavra(s)-Chave:

IMPrensa alemã	MERKEL	ANGELA MERKEL
ALEMANHA	VÍDEOS	TVI24

SONDAGEM:

GALERIAS ASSOCIADAS:

Adicionar Nova Galeria

ID:	Dados:	Apagar:

Não existem nenhuma galerias associadas com a galeria.

Carregue no botão "Adicionar Nova Galeria" para associar uma nova galeria à galeria.

Multimédia:

13739700

Merkel: jornalistas alemães destacaram protestos dur

Ordem:

vídeo

1

Atualizar dados

ANEXO 18

Backoffice Ticker

